A. P. NAZARETEAN

PANICA ÎN MASĂ ȘI ZVONURILE

Euro Press

Colecţia: Psihologie & Psihanaliză

Coperta colecţiei: Cristian Negoi

Editori: Aura Christi & Andrei Potlog
Lector: Alina Beiu-Deşliu
Director economic: Mihaela David
Tehnoredactor: Alexandra-Alina Ionescu
Departament difuzare: Adrian Preda
Departament marketing: Claudia Maria Radu
Departament proiecte: Alexandru Ştefănescu

Editura EuroPress Group
O.P. 22, C.P. 141, Bucureşti, 014780
Tel./Fax.: 021-2125692; Tel.: 021-3106618
Comenzi carte prin poştă:
Tel.: 021-2125692
E-mail: euro.press@yahoo.com
www.ideeaeuropeana.ro

© EuroPress Group, 2006
© ООО Издательство Питер, 2004

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României
Nazaretean, A. P.
Panica în masă şi zvonurile / A. P. Nazaretean; trad.: Gheorghe Gheţu. – Bucureşti: Europress Group, 2006
ISBN (10) 973-87956-5-6; ISBN (13) 978-973-87956-5-5

I. Gheţu, Gheorghe (trad.)

316:659.3
316.77

Printed in Romania

A.P. NAZARETEAN

PANICA ÎN MASĂ ŞI ZVONURILE

CURS DE PSIHOLOGIE SOCIALĂ ŞI POLITICĂ

Traducere de Gheorghe GHEŢU

EUROPRESS GROUP

INTRODUCERE

Mecanismele comportamentului spontan în masă au servit drept obiect incipient de studiu pentru psihologia socială şi politică. Cu timpul însă, în ţara noastră*, acest obiect a fost trecut la periferia disciplinelor menţionate, devenind unul aproape exotic.

Autorul tratatului respectiv este profesor de psiholofie socială şi politică de la începutul anilor '70. A activat ca lector, psiholog practician şi consilier în Rusia, în ţările CSI, America Latină, Europa şi Orientul Apropiat. Experienţa bogată de aplicare a tehnologiilor politico-psihologice a fost sintetizată în cursul special „Psihologia comportamentului spontan în masă", conspectul căruia a apărut în volum, în 1997, la Academia Administraţiei de Stat de pe lângă Preşedintele Federaţiei Ruse şi a fost republicat de către revistele „Psihologia aplicată" şi „Universul psihologiei".

În ultimii ani cursul a fost studiat de către cursanţii Academiei Administraţiei de Stat, de studenţii facultăţilor de psihologie şi sociologie ale Universităţii de Stat din Moscova ş. a. În 2001, textul lecţiilor a fost publicat de editura Per Se, bucurându-se de recenzii favorabile atât în presă cât şi la televiziune, iar unele fragmente au fost republicate (uneori deformat) în câteva reviste ştiinţifice şi de popularizare a ştiinţei.

Tratatul se prezintă ca o expunere pe larg a cursului „Psihologia comportamentului spontan în masă". Este

* În Rusia (n. trad.)

redactat sub forma unor lecții de popularizare, într-un stil simplu, accesibil nu numai specialiștilor, doctoranzilor și studenților, dar și unui cerc larg de cititori. O bună parte din text este rezervată materialului ilustrativ, cules de autor din propria experiență practică și analitică, din literatura psihologică, istorică și memorii ca, de altfel, și din literatura artistică. Fiecare lecție este însoțită de teme și de bibliografie. Manualul beneficiază de un minidicționar terminologic și de o programă de curs. La finele manualului veți găsi o bibliografie în care au fost incluse pe lângă cărțile greu accesibile cititorului de rând și studii clasice din domeniu. Cititorii care vor lua cunoștință de acest manual doar din curiozitate le pot trece cu vederea, însă cunoașterea acestor lucrări, care sintetizează o imensă experiență practică și teoretică, este de un real folos pentru oricine activează profesionist în domeniul psihologiei politice.

Veți găsi, de asemenea, la anexe, un articol în care este expusă lecția introductivă la cursul general de psihologie politică.

Consider că e o datorie plăcută de a le mulțumi pentru ajutorul acordat la pregătirea textului și a ilustrațiilor următorilor: S.I. Aleksuhin, S.M. Boguslavskaia, G.G. Vodolazov, A.I. Goniukova, V.Iu. Veatkin, T.B. Kalinina, E.A. Klimov, Iu. E. Klimov, V.A. Litvinenko, K.A. Nazaretean, I.I. Osadceva, V.E. Pahalian, N.I. Poleakova, M.V. Sokolova, L.P. Tarhova.

Lecţia 1

Comportamentul spontan în masă: concept, fenomen social şi obiect de studiu

Comportamentul spontan în masă (engl. – *collective behavior*) reprezintă un termen confuz al psihologiei sociale şi politice, prin care sînt vizate diferite forme de comportament al maselor, circulaţia zvonurilor, uneori chiar moda, maniile colective, mişcări sociale şi alte aşa-zise fenomene în masă.

Pentru a delimita cu aproximaţie cîmpul de studiu afectat acestui concept, vom evidenţia următoarele criterii:

- antrenarea unui număr mare de persoane;
- simultaneitatea;
- iraţionalitatea (diminuarea controlului asupra conştiinţei);
- structurarea fragilă, adică o structură de poziţie şi dirijare incertă, caracteristică formelor normative ale comportamentului de grup.

Studiul sistematic al fenomenelor respective a început în a doua jumătate a secolului al XIX-lea. În ţările Europei Occidentale s-au constituit, independent una de alta, două direcţii ştiinţifice: cea germană, *psihologia popoarelor* (M. Lasarus, G. Steinthal, W. Wundt) şi cea franco-italiană, *psihologia maselor* (G. Le Bon, G. Tarde, V. Pareto, Ch. Sigele).

De obicei, istoricii sovietici ai ştiinţei subliniau că fiecare dintre aceste şcoli executa o „comandă socială" impusă de poziţia elitei politice din ţările respective. De

exemplu, tot mai puternica burghezie germană ajunsese cu întârziere la „masa mare a răpitorilor imperialişti" (V.I. Lenin), atunci când toate bucatele fuseseră deja împărţite: spre deosebire de ţările tot mai puţin influente precum Franţa, Spania şi Portugalia, puternica Germanie nu deţinea colonii. Se întrezărea o epocă a luptei pentru reîmpărţirea lumii, iar lingviştii şi etnologii germani au început o muncă scrupuloasă pentru studierea limbilor, culturilor şi mitologiilor popoarelor primitive, străduindu-se astfel să evidenţieze caracteristicile psihologice ale acestora, spiritul lor naţional şi „subconştientul colectiv". Era de la sine înţeles că din când în când, ca printre altele, se demonstra superioritatea spiritului european (în unele cazuri, la modul concret, a spiritului nordic) şi necesitatea guvernării inteligente a popoarelor „preistorice" sau, pur şi simplu, „înapoiate".

Elita politică franceză a acelor timpuri se impacienta mai mult din cauza mişcării revoluţionare în crescendo; conform opiniei unui savant contemporan, S. Moskovici, „revoluţiile alternau cu contrarevoluţiile şi se părea că teroarea şi distrugerile n-au sfârşit".Iată de ce interesul savanţilor se concentra asupra caracteristicilor gloatei, a mecanismelor agresiunii colective etc. Se punea problema ca, în primul rând, să se demonstreze esenţa antisocială, antiumană şi distructivă a maselor ca atare (în textele lor noţiunile de „mase" şi „gloată" erau încă sinonime); în al doilea rând, trebuia asigurat un instrumentariu pentru manipulări eficiente.

O astfel de explicaţie (istorico-materialistă) a conţinutului intereselor ştiinţifice este doar parţial justificată, fiind în general unilaterală. Pentru noi nu este important cărei conjuncturi politice erau tributari primii cercetători ai comportamentului spontan în masă, ci faptul că aceştia au îmbogăţit cunoaşterea noastră cu elemente despre motivele

și mecanismele inconștiente ale pornirilor individului și au pus fundamentul unei discipline numite ulterior psihologia socială și politică. Trebuie însă să recunoaștem că dezvoltarea ulterioară a acestei discipline a depășit limitele studiului incipient și, în contextul științei contemporane, psihologia comportamentului spontan în masă ocupă, aș spune, un loc exotic.

În Rusia, la sfârșitul secolului al XIX-lea – începutul secolului al XX-lea, erau preocupați de cercetări asupra fenomenelor ce țin de mase savanți ca M.G. Mihailovski (*sociologia subiectivă*), V.M. Behterev (*reflexologia colectivă*), A.L. Cijevski (*heliopsihologia*). În speță, A.L. Cijevski a fost primul care a studiat influența activității solare și oscilațiile acesteia asupra dinamicii dispozițiilor politice ale maselor. În anii '20, au fost obținute date interesante despre receptarea de către mase a informațiilor din ziare (P.P. Blonski) și circulația zvonurilor (Ia. M. Șarif). La începutul anilor '30 A.R. Luria a evidențiat caracteristicile național-culturale ale receptării și gândirii dar, spre deosebire de autorii germani, nu de pe poziții etnocentrice, ci evoluționiste.

Rezultatele studiului lui Luria au putut fi publicate doar peste 40 de ani, dar și atunci, multe dintre acestea și-au păstrat caracterul novator. În anii '30, o mare parte din cercetările din domeniul psihologiei sociale și politice nu au fost considerate de actualitate pentru societatea socialistă și chiar nocive ideologic. Toate acestea se refereau mai ales la tot ce ținea de spontaneitate și slaba conștientizare. Înseși noțiunile de „sociologie", „psihologie socială" și cu atât mai mult „psihologie politică" au fost taxate drept perversiuni burgheze. Dacă obiectul de studiu al acestor discipline își mai păstra un oarecare interes pentru guvernanți, acela se plasa doar în planul cercetării colectivelor muncitorești bine închegate, cu o ierarhie drastică și diriguindu-se doar după indicațiile PCUS.

Din datele pe care le dețin știu că de la sfârșitul anilor '20 și până la începutul anilor '70 au fost publicate în URSS doar câteva lucrări din tematica ce ne interesează; în general, acestea au apărut în limba georgiană, deoarece psihologii georgieni, tratând pe larg o directivă a lui D.N.Uznadze, și-au rezervat dreptul de a vorbi despre factorii ce nu pot fi conștientizați ai comportamentului uman. În speță, în 1943 a apărut în georgiană, iar în 1967 în rusă, un articol de proporții și pertinent al lui A.S. Pranghișvili despre panica în masă. Am mai putea adăuga aici și traducerea cărții savantului american P. Lineburger despre războiul psihologic.

Între timp, în anii '20-'60, în Europa Occidentală și în SUA a avut loc o creștere impresionantă a interesului savanților, politicienilor și militarilor față de problematica psihologiei politice în general și a comportamentului spontan al maselor în special. Trecuseră câteva decenii, știința progresase și la sfârșitul anilor '60, când psihologii sovietici, croindu-și drum, nu fără pierderi, prin filtrul de filozofi și activiști de partid, au putut din nou să-și cucerească dreptul de a studia acestă problematică, ei se simțeau ca niște elevi sfioși.

De altfel, sfiala lăuntrică de camuflaj se compensa psihologic printr-o retorică agresivă de demascare a „pseudoștiinței burgheze", printr-o recunoaștere condescendentă a „grăuntelui rațional" al acesteia și prin cererea de a o întrona pe un „fundament cu adevărat materialist". Mulți dintre savanți utilizau în mod conștient această frazeologie ca pe un mecanism de „rezistență la prostie" (*foolproof*), de a se apăra de redactorii naivi (de cele mai multe ori aceștia doar o făceau pe naivii), de cenzori și funcționari de partid. Trebuie să le explic mult și cu răbdare studenților și doctoranzilor de astăzi că acelea erau regulile jocului, că aparatul de conducere, cvasiadaptat la societatea sovietică, și literatura academică

reprezentau doar partea vizibilă a unui imens aisberg. Mă bucur că în prezent le vine greu să înţeleagă aceste lucruri...

Existau însă în Moscova şi unele organizaţii –în cadrul KGB-ului, al Ministerului de Interne, la CC al PCUS şi la Ministerul Apărării – în care pentru cercetarea fenomenelor în masă se cerea un cadru ideologic mai lejer, această activitate fiind destinată unor probleme practice şi concrete. Astfel, pe lângă secţia internaţională a CC al URSS activa, destul de puternic conspirat, Institutul de ştiinţe sociale (IŞS)[1] pentru pregătirea teoretică şi practică a cadrelor revoluţionare din străinătate.

În cadrul acestui institut, profesorul Iu. A. Şerkovin, un psiholog cu o experienţă vastă în domeniul propagandei speciale (astfel era denumită în terminologia militară propaganda asupra forţelor militare şi a populaţiei inamice), a reuşit să organizeze un grup de predare şi studiu, care în 1971 s-a transformat în prima catedră de psihologie publică din URSS. Printre cofondatori s-au numărat, de asemenea, G.P. Predvecinîj, G.Ia. Turover, V.L. Artemov, V.B. Olşanski, V.I. Firsov ş. a.

Este curioasă această scamatorie lingvistică: expresia „psihologia socială" rămânea în continuare odioasă pentru funcţionarii de partid, pe când „psihologia publică" a reuşit să fie depistată într-un text de-al lui Lenin. Un venerabil profesor, care anterior înjura din tot sufletul psihologia socială ca pe o pseudoştiinţă burgheză, începuse acum să demonstreze peste tot că toată hiba era ascunsă în această diferenţă terminologică *de principiu*: „psihologia publică" este într-adevăr ştiinţa prezentului, o ştiinţă marxistă, şi diferenţa dintre aceasta şi „psihologia socială" e analogă cu cea dintre miliţia sovietică şi poliţia capitalistă...

[1] A nu se confunda cu Academia de Ştiinţe Sociale de pe lângă sectorul ideologic al CC.

Dar esențialul se produsese. Vestea că într-o instanță atât de autoritară cum e Secția internațională a CC al PCUS disciplina fusese legalizată s-a răspândit repede prin țară și a dat un impuls pentru crearea unei avalanșe de catedre cu denumiri similare pe lângă institutele științifice de cercetări și școlile de partid. De multe ori, din cauza lipsei de specialiști în domeniu, s-au recalificat în „psihologi sociali" istorici ai PCUS și instructori în prag de pensie ai comitetelor regionale de partid[2].

Nici măcar cheltuielile pentru noua modă, inevitabile, mai ales la noi, n-au putut eclipsa succesul; începuse renașterea psihologiei sovietice (ruse), sociale și politice.

Tematica de lucru a catedrei a fost stabilită de specificul Institutului de științe sociale. Cursanții care aveau de-a face în țările lor cu procedee machiavelice de manipulare a comportamentului maselor și a dispozițiilor politice trebuiau să cunoască aceste procedee și să le poată utiliza. Conducerea institutului și a catedrei a reușit, prin canale specifice, să intre în posesia unor materiale destinate serviciilor speciale americane, să adune literatură din străinătate pe tema psihologiei sociale și politice și, în mod esențial, să acumuleze, să concentreze și să sintetizeze o experiență practică diversificată.

Ca rezultat, a fost redactat un curs integral în care erau analizate mecanismele și legitățile de comportare ale oamenilor în gloată, infectarea cu zvonuri și răspândirea acestora, procedee eficiente de ghidare a respectivelor procese și

[2] În 1979 am fost invitat să le vorbesc profesorilor de psihologie socială de la școlile regionale de partid în cadrul cursurilor de perfecționare organizate de Academia de științe sociale. Am observat cu uimire că în auditoriu se aflau vreo cincizeci de persoane, toate de vârstă înaintată și purtând insigne de veteran de război sau al muncii. În cadrul cursului întrebau de mai multe ori numele unora dintre cei mai mari savanți străini (Z. Freud, K. Levine); după cursuri mi-au povestit că înainte fuseseră instructori ai comitetelor raionale de partid și, pensionându-se, primiseră – ca indicație de partid – să „însușească" noua disciplină.

BIBLIOTECA V.A. URECHIA GALAȚI

pregătire a campaniilor politice. Cursul de psihologie a comportamentului spontan în masă a fost ținut aproape 20 de ani, s-a bucurat de succes, i s-au introdus corectivele necesare și a fost îmbunătățit în permanență. Sugestiile practice ale cursului au fost folosite cu succes de către specialiști și cursanții catedrei într-un spațiu geografic vast, din Europa și Africa până în America Latină. În anii '90, cursul de comportament spontan în masă a fost studiat (separat sau în cadrul cursului general de psihologie politică) la facultățile de psihologie și sociologie ale Universității M.V. Lomonosov din Moscova, la Academia Rusă a Administrației de Stat de pe lângă Președintele Federației Ruse și în alte instituții de învățământ. Conținutul cursului s-a îmbogățit în permanență cu analiza evenimentelor politice și rezultatele activității practice din Rusia și alte țări din CSI. Cursurile teoretice sunt completate de seminarii și jocuri practice, cursanții analizând situațiile de studiu și găsindu-le soluții productive.

Într-un anume sens, coautori ai cursului respectiv pot fi considerați nu doar îndrumătorul meu, Iuri Aleksandrovici Șerkovin, ci și cursanții mei din cadrul Institutului de științe sociale și dintr-o serie de alte instituții din străinătate, prietenii care m-au însoțit și m-au tutelat în deplasările dificile, deseori însoțite de riscuri, dar totuși captivante. Mulți dintre aceștia erau doar formal considerați „cursanți" de-ai mei, majoritatea fiind mai în vârstă decît mine și mai experimentați; de fapt, ei îmi deveniseră mentori de tactică. O parte din întâmplările palpitante pe care le voi relata în continuare au fost observate și retrăite de mine prin participarea nemijlocită a acestora, iar alte cazuri mi-au fost relatate de către ei și poartă amprenta impresiilor emoționante și a personalității lor. Bineînțeles că aceștia nu ar mai cădea de acord cu multe dintre aprecierile mele actuale, aici însă toată responsabilitatea îmi aparține...

1095107

Un aport considerabil la predarea şi redactarea acestui curs l-au avut colegii şi studenţii mei ruşi. Activitatea interactivă şi analizarea situaţiilor practice au contribuit la acumularea şi sistematizarea conceptuală a noilor experienţe.

Mă voi referi în câteva cuvinte şi la denumirea cursului care poartă amprenta epocii în care a fost conceput. Acum totul pare o glumă, însă în anii '70 primul obstacol pe care l-am întâlnit a fost problema traducerii. La acea vreme, americanii îi depăşiseră în această problemă pe germani, francezi şi ruşi şi impuseseră utilizarea unei formule de uz curent – „comportament colectiv". Utilizarea acestei expresii în limba rusă ca, de altfel, şi în alte limbi, în cadrul „psihologiei marxiste" era de neimaginat.

Vorba e că noţiunea de „colectiv" (cu derivatele sale „colectivism", „autodeterminare colectivistă" ş.a.m.d.) era angajată ideologic, ca să nu spun că era aproape sacră. Prin noţiunea de colectiv se subînţelegea un grup contopit la maximum, unit printr-un ţel nobil şi *social progresiv* (aceasta era condiţia obligatorie!) şi conştientizarea tendinţelor. În conformitate cu această definiţie, prin colectivism se înţelegea o calitate aparte a individului în societatea socialistă, calitate contrară conformismului şi nonconformismului, caracteristice societăţii capitaliste.

E de menţionat că cetăţenii sovietici, obişnuiţi din vârstă fragedă cu astfel de stereotipuri ideologice, de cele mai multe ori sau nu le observau deloc sau le tratau cu o doză meritată de ironie. Lucrurile erau cu totul altfel în cazul revoluţionarilor străini. De obicei, aceştia erau oameni puternici, cu experienţă de viaţă, care văzuseră multe la viaţa lor şi erau devotaţi ideii. Ei ascultau cursurile despre colectiv şi colectivism cu patimă în priviri, respectivele categorii reprezentau pentru ei modelul viitorului luminos pentru care aceştia luptau, suportau chinuri şi în care îşi aflau punctul de sprijin şi sensul vieţii.

Dragostea mişcătoare faţă de oamenii sovietici lua uneori forme amuzante. Un om matur care avea de-a face cu vreun fapt revoltător (de care, printre altele, cursanţii străini erau ţinuţi departe) putea la modul cel mai serios să pună următoarea întrebare: „Cel care a furat paltonul tovarăşului nostru de la vestiarul Palatului Congreselor din Kremlin nu este, probabil, colectivist?"

O întâmplare mi-a rămas în memorie pentru toată viaţa. La începutul anilor '80 ne aflam împreună cu un grup de cursanţi şi traducători într-un oraş regional din Ucraina, sub tutela vigilentă a comitetului regional de partid (această formă de lucru se numea „practica pentru studierea realităţii sovietice"). Doi puştani din localitate, fără nici un pic de experienţă şi înarmaţi cu nişte cuţite de bucătărie, şi-au pus în gând să tâlhărească un străin care intrase în veceul restaurantului.

Nu cred că se putea găsi o variantă mai proastă. Străinul era un partizan din Nicaragua care nu avea nici un fel de valută, dar care cunoştea la modul profesional procedeele de luptă corp la corp şi putea ucide un adversar cu o lovitură de pumn. Trebuie să menţionez că înainte de această întâmplare cursantul ascultase în cadrul Institutului de ştiinţe sociale un curs de „psihologie social-marxistă".

Înţelegând că se întâmplă ceva în veceu (de acolo ieşise în fugă unul din puşti, izbindu-mă), am alergat acolo, temându-mă să-mi imaginez ce aş putea vedea; după mine alergau alţi cursanţi, instructorii de la comitetul regional de partid şi câţiva „tovarăşi în civil". În loc de „mormanul de trupuri" la care ne aşteptam, am descoperit un tablou extraordinar. Nicaraguanul robust îi prinsese subsuoară capul unuia dintre nefericiţii hoţi, un băieţaş înalt şi slăbănog care răsufla ca vai de el, şi lovindu-l uşurel în cap (cu gingăşie!) îi spunea în spaniolă: „Tovarăşul nu e colectivist, dar un tânăr sovietic trebuie să fie colectivist..."

Când băiatul fusese scos din brațele prietenoase și puternice ale nicaraguanului, acesta a rugat să se clarifice dacă tovarășul sovietic și-a înțeles greșeala și dacă pe viitor va deveni colectivist. Am tradus întrebarea străduindu-mă din toate puterile să nu încep a hohoti isteric. Băiatul nu înțelegea nimic, dar era gata să jure orice așa că și-a dat cuvântul că „va deveni colectivist". Se pare că după acesta a fost eliberat, pentru că nici participanților la acest incident și nici martorilor nu le convenea să fixeze documental întâmplarea.

Am relatat acest incident absurd pentru a explica de ce termenul de „comportament colectiv" pentru acțiunile, să spunem, unei mulțimi agresive sau panicate era, în condițiile noastre, absolut inacceptabil. Într-un manual al acelor ani era utilizat chiar termenul de „comportament acolectiv (sau: în afara colectivului)"; o astfel de antitraducere era absolut stupidă, fapt cu care au căzut de acord și autorii. În cele din urmă, după lungi dezbateri, a fost acceptat termenul „comportament spontan în masă" (*spontaneous mass behavior*) care a și fost folosit în continuare, uneori schimbându-se ordinea cuvintelor.

Vorbind despre obiectul de studiu al acestei discipline, voi menționa un considerent: în mod obișnuit, percepem haosul și debandada ca pe lipsa unor legități și a unor factori de decizie. În prezent însă, savanții au demonstrat pe baza unui material diversificat că lucrurile nu sunt chiar atât de unilaterale. Haosul și ordinea sunt relative, haosul este întotdeauna determinat într-un fel sau altul; cu cât sistemul este mai haotic, cu atât acesta se va subordona unor legități mai simple și cu atât mai ușor va putea fi guvernat, mai ales că obiectivele conducerii sunt suficient de elementare.

Iluzia haosului apare atunci când încercăm să relaționăm cu un sistem simplu ca și cum am relaționa cu unul complex, de aici și inutilitatea acțiunilor noastre. Unui orășean get-beget îi vine greu să înțeleagă cum de văcarul satului poate ține în frâu o cireadă de câteva sute de capete.

Un om de stat se va simţi jenat dacă i se va încredinţa un grup de copii de la grădiniţă cu care o educatoare cu experienţă nu are nici un fel de probleme. Un academician care conduce cu pricepere un colectiv ştiinţific va fi neajutorat în compania unor boschetari, iar dacă acesta nu e medic psihiatru, atunci orice sanitar va fi mult mai bun decât el în a lucra cu respectivul „contingent" de pacienţi. Repet: e mult mai uşor să conduci un sistem simplu şi inept (trebuie să înveţi mai puţin) decât unul complex şi inteligent; pentru aceasta e nevoie de procedee mult mai simple, pe care trebuie să ştii a le manipula.

Cele expuse au legătură directă cu subiectul nostru. În gloată „omul coboară cu câteva trepte pe scara civilizaţiei" (G.Le Bon) şi devine accesibil pentru acţiunile elementare de manipulare. Comportamentul maselor sau propagarea zvonurilor ni se par nişte procese lipsite de legităţi şi neregulate atât timp cât majoritatea dintre noi s-a obişnuit să relaţioneze cu grupuri organizate unde îşi au locul concluziile raţionale, punerea în acord sau cel puţin un ordin formal. În comportamentul spontan în masă se realizează mecanisme şi legităţi mult mai primitive. Cel care le cunoaşte şi are abilităţile necesare e capabil să prevadă şi să manipuleze mai bine evenimentele. Obiectivele pe care acesta le urmăreşte sunt, de cele mai multe ori, distructive. Ca orice armă însă, şi tehnologiile politice sunt ambivalente, iar cunoaşterea procedeelor de reglare constructivă a proceselor spontane este necesară astăzi în cazul multor profesii.

Între timp, printre profani predomină raţionamentul că, de exemplu, „gloata nu poate fi controlată" şi astfel de autojustificări se aud tot mai des din gura funcţionarilor în urma haosului în masă. Ulterior, cu aceeaşi insistenţă, încep discuţiile despre „provocări". Iar concluziile la care ajung negreşit comentatorii se reduc la necesitatea înăspririi interdicţiilor şi pedepselor, la creşterea contingentului de forţe speciale etc. Şi nimeni nu îşi exprimă nedumerirea că

imaginarii „provocatori" au fost în stare să dirijeze acțiunile mulțimii, pe când organizatorii de manifestări culturale în masă și edilii orașului nu pot s-o facă.

În vara anului 2002, după ce microbiștii au devastat Piața Manejnaia (națională de fotbal a Rusiei fusese umilită de către națională Japoniei), mi s-au adresat ziariști de la câteva publicații cu rugămintea de a le acorda un interviu. Am vorbit cu trei dintre aceștia, însă interviul n-a apărut în presă. Redactorii insistau asupra versiunii că a fost o provocare, iar eu le explicam că nu văd nici un fel de indicii ale unei provocării intenționate și că simplistele ipoteze maniheiste, atât de dragi inimii ziariștilor și politologilor (precum că tot răul e cauzat de intrigi ale forțelor întunecate) ar trebui luate în calcul doar în ultimul rând. În fine, în loc de a vedea peste tot intrigi ale dușmanilor e mai util de analizat greșelile de organizare a manifestațiilor de masă și în loc să ne gândim cum să aducem mai mulți mascați cu pistoale automate ar trebui să ne gândim cum să ne pregătim corect pentru acțiuni în masă și să apelăm la ajutorul specialiștilor.

Toate acestea n-au fost publicate căci, atât timp cât nu se face aluzie la o provocare, materialul nu aprinde spiritele; pe de altă parte, nici ziariștii nu voiau să se pună rău cu puterea...

E o situație paradoxală. În anii '70-'80, psihologii moscoviți îi învățau cum să lucreze cu masele pe revoluționarii și politicienii de stânga din întreaga lume – din Chile și până în Portugalia. După zece ani, în Moscova, auzi unul și același laitmotiv: masele sunt nedirijabile și imprevizibile.

Cunoașterea procedeelor de manipulare directă și indirectă este importantă nu numai în situațiile extreme ci și în viața publică. Din complexul de obiective ale psihologiei politice – *explicativă, de pronosticare, de proiectare, instrumentală și educativă* – am acordat mereu cea mai mare importanță ultimei. Cu cât cunoaștem mai mult despre mecanismele comportamentului nostru, inclusiv cele

iraţionale, şi despre procedeele de manipulare, cu atât mai dificil vom putea fi manipulaţi. Şi cu cât mai mulţi oameni îşi vor însuşi ABC-ul psihologiei politice, cu atât societatea va fi mai stabilă...

Teme pentru lecţia 1

1. Ce numim în psihologie comportament spontan în masă (*collective behavior*)? Prin ce se deosebeşte acest tip de comportament de formele organizate ale comportamentului social? De ce varianta rusă a denumirii diferă esenţial de cea engleză?

2. Numiţi primele şcoli (direcţii ştiinţifice) care s-au ocupat de studierea fenomenului comportamentului spontan în masă. Numiţi reprezentanţii de bază ai acestor şcoli, dar şi savanţi ruşi (şi sovietici) care au activat în acest domeniu.

3. Ce rol a jucat cercetarea comportamentului spontan în masă în constituirea psihologiei sociale şi politice?

4. De ce este mai uşor de dirijat procesele lipsite de structură decât cele bine organizate?

5. Când şi din ce cauză în URSS au fost întrerupte cercetările comportamentului spontan în masă? Când şi din ce cauză acestea au fost reluate?

Literatură suplimentară

1. Andreeva G.M., Soţialnaia psihologia (Psihologie socială). M., 2002.

2. Behterev V.M., Kollektivnaia refleksologia (Reflexologie colectivă); Behterev V.M., Izbrannîe rabotî po obşcestvennoi psihologii (Studii alese de psihologie socială). M., 1994.

3. Velder R. K, Voprosu o fenomene podsoznatelnoi agressivnosti (Despre fenomenul agresivităţii subconştiente);

Obşcestvennîe nauki i sovremennost (Ştiinţele sociale şi contemporaneitatea). 1993, nr. 3-4.

4. Wundt W., Zadaci i metodî psihologii narodov (Probleme şi metode de psihologie a popoarelor); Soţialnaia psihologia: Hrestomatia (Psihologie socială. Crestomaţie). M., 1999.

5. Diligenski G.G. Soţialno-politiceskaia psihologia (Psihologie social-politică). M.,1996.

6. Lineburger P., Psihologiceskaia voina (Războiul psihologic). M., 1962.

7. Le Bon G., Psihologia narodov i mass (Psihologia maselor). SPb., 1995.

8. Luria A.R., Ob istoriceskom razvitii poznavatelnîh proţessov (Evoluţia istorică a proceselor de cunoaştere). M., 1974.

9. Moskovici S., Vek tolp (Secolul gloatelor). M., 1996.

10. Nazaretean A.P., Politiceskaia psihologia: predmet, konţeptualnîe osnovania, zadaci (Psihologie politică: obiect de studiu, fundamente conceptuale, probleme); Obşcestvennîe nauki i sovremennost (Ştiinţele sociale şi contemporaneitatea). 1998. nr.1.

11. Pranghişvili A.V., Soţialnaia psihologia paniki v svete poneatia ustanovki (Psihologia socială a panicii percepută prin prisma atitudinii); Pranghişvili Issledovania po psihologii ustanovki (Cercetări de psihologie a atitudinii). Tbilisi, 1967.

12. Cijevski A.L., Fiziceskie faktorî istoriceskogo proţessa (Factorii fizici ai procesului istoric). Kaluga, 1924. (Reeditare 1991).

13. Şestopal E.B., Politiceskaia psihologia: Ucebnik (Psihologia politică: Manual). M., 2002.

14. Davis J., Toward a theory of revolution. In: Studies in social movements. A social psychological perspective. N.Y., 1969.

15. Smelzer N.H., Theory of collective behavior. N.Y., 1962.

16. Toch M., Collective behavior: crowds and social movements. In: Handbook of social psychology. Vol.4. London, 1968-69.

17. Turner R.N., Killian L.M., Collective behavior. New Jersey, 1972.

Lecţia 2

Mulţimea şi legităţile sale comportamentale

Bestia e umflată, zurbagie, mătăhăloasă,
cască cu o sută de guri şi urlă.
Tilemahida

Noţiunea de mulţime.
Mecanismele de comportare ale mulţimii

În limbajul cotidian, prin „mulţime" se subînţelege o aglomerare de persoane care se găsesc simultan în acelaşi loc. Prin această noţiune nu vom defini nici măcar intuitiv o unitate militară sau pe militarii care iau cu asalt sau apără un obiectiv fortificat, publicul adunat la Conservator pentru a audia un concert simfonic, echipele de muncitori de la o construcţie magistrală, colaboratorii unei instituţii convocaţi la o şedinţă ordinară a sindicatelor ş.a.m.d.

Nu e corect, din punct de vedere terminologic, să definim prin termenul de mulţime nici măcar trecătorii de pe o arteră orăşenească aglomerată. Iată însă că pe stradă s-a întîmplat ceva neobişnuit, au apărut de undeva cântăreţi ambulanţi sau câţiva actori îşi prezintă programul. Sau, cum se mai întâmpla în bunii ani sovietici, în magazine au „băgat" ceva marfă deficitară. Sau un om a căzut de pe geam şi a decedat. Sau a pornit o ploaie torenţială. Sau – nu dea Domnul – s-a dezlănţuit o încăierare cu împuşcături între grupurile de infractori, a avut loc o explozie puternică... Dacă situaţia decurge conform unuia din aceste scenarii

captivante, dramatice sau chiar catastrofale, se poate constitui un fenomen sociopsihologic aparte, dar cu toată diversitatea formelor sale are caracteristici comune care fac deosebirea dintre o gloată (mulțime) și formele organizate ale comportamentului social.

Reieșind din aceste considerente prealabile, vom schița orientativ o primă definiție:

Mulțimea (gloata) *– reprezintă o aglomerare de persoane care nu sunt unite prin țeluri comune și o structură organizatorică și decizională unică, dar sunt legate între ele de un centru de atenție comun și de aceeași stare emoțională.*

Se consideră *comun* acel obiectiv atingerea căruia de către fiecare dintre cei care interacționează depinde în mod pozitiv de atingerea aceluiași obiectiv de către ceilalți coparticipanți; prezența acestui obiectiv creează premisa pentru colaborare. Când fiecare își atinge țelul, indiferent dacă ceilalți l-au atins sau nu, atunci interacțiunea lipsește sau este minimă (ca atunci când apar scopuri comune secundare: de exemplu, așteptarea trece mai ușor dacă te și distrezi în același timp). Și, în fine, dacă dependența realizării aceluiași obiectiv de către subiecți este negativă, atunci se creează o premisă pentru conflict.

Scopurile persoanelor aflate într-o mulțime sunt identice, dar, de obicei, nu sunt conștient identice, iar atunci când se intersectează, interacțiunea devine puternic negativă. De exemplu, în cazul panicii în masă fiecare caută să se salveze, iar într-o gloată acaparatoare fiecare tinde să înhațe ceva și atunci fiecare este un impediment pentru celălalt.

Iată de ce dacă apelăm la categoriile sociale ale *agregatului social* (o mulțime nestructurată de indivizi) și ale *grupului social* (subiect unic de activitate), atunci mulțimea trebuie raportată la prima categorie. Se înțelege însă că deosebirea dintre acestea nu este una discretă. În

anumite condiții, persoane care se deosebesc de altele prin trăsături definite (etnie, stare socială ş.a.) sunt capabile să conştientizeze unitatea de interese şi să se integreze într-o comuniune istorică sau politică; şi, dimpotrivă, un subiect care activează perfect se poate dizolva într-un socium mai mare.

Deci, mulțimea este capabilă (în cazuri rare) să se structureze şi să obțină calitatea de grup, iar un grup organizat (mult mai frecvent) – să degradeze în gloată. Uneori comunitatea situativă însumează caracteristici atât de eterogene încât nu poate fi raportată unilateral la nici o categorie şi ocupă o poziție intermediară pe scala „grup – agregat". De exemplu, o demonstrație de masă foarte bine organizată (să ne amintim de marşurile festive de pe Piața Roşie) prezintă, în egală măsură, simptomele grupului şi ale mulțimii. Degradarea grupului în gloată şi invers sunt lucruri care țin de sfera noastră de interese (fig.1).

Soluționarea unei dispute mai vechi dintre psihologii sociali despre cine este mai predispus spre soluții extreme – grupul sau individul – poate fi în mare condiționată de coraportul dintre caracteristicile *sistemice* şi *gregare* (din greacă: *gregus* – turmă).Atât timp cât în grup predomină relațiile normative acesta atenuează dispozițiile extremiste ale membrilor săi şi găseşte soluții mult mai echilibrate, atunci însă când încep a predomina caracteristicile mulțimii rațiunea se radicalizează.

S. Moskovici scrie că încă pe timpuri politicianul Solon din Grecia antică afirma că fiecare atenian e o vulpe şireată, iar adunarea populară din Pniks e o turmă de berbeci. Acest lucru a fost confirmat şi de către romani: *Senatores omnes boni viri, senatus romanus mala bestia* (toți senatorii sunt bărbați vrednici, pe când senatul roman e o fiară dezlănțuită). G. Le Bon sublinia că de multe ori parlamentele se transformă în gloate, iar noi putem urmări

Fig.1. Moscova, 1990.Manifestaţia de masă împotriva PCUS a trecut de Podul Krâmskij. Manifestanţii întrunesc caracteristicile unui *grup organizat* şi ale *mulţimii*. Foto de V.Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei de Presă „Novosti".

astăzi acest lucru la televizor. Proverbul rusesc „Mujicul e deştept, da' lumea-i proastă" redă aceeaşi idee despre pierderea de către individ a bunului-simţ atunci când se încorporează în gloată.

Reacţia circulară şi comunicarea

Metamorfoza e condiţionată de efecte specifice care, de fapt, sunt **mecanisme de constituire a mulţimii.** Au fost identificate două mecanisme de bază: *zvonurile* şi *vertijul emoţional* (sinonim cu *reacţia circulară*). Despre zvonuri se va vorbi mai detaliat în Lecţiile 4-5, aici însă vom analiza mecanismul vertijului emoţional.

Imaginaţi-vă o sală imensă în care cineva povesteşte un banc foarte amuzant şi toată lumea râde în hohote. Aţi

intrat în sală fără a auzi bancul dar buna dispoziţie pune stăpânire şi pe dvs şi începeţi a râde împreună cu ceilalţi. Acesta este cel mai simplu şi inofensiv exemplu de contaminare reciprocă care se numeste reactie circulară (fig.2).

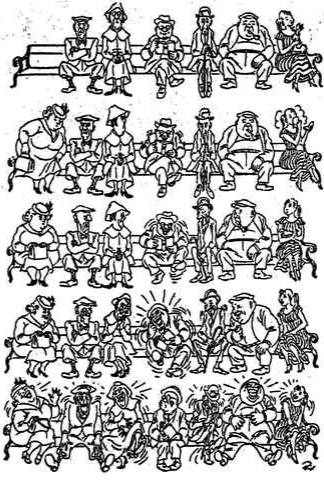


Fig.2. Desenul caricaturistului danez H. Bidstrup „Răspândirea infecţiei". Reprezentare umoristică a reacţiei circulare.

De altfel, nici măcar o veselie molipsitoare nu este întotdeauna inofensivă. Actorii de teatru au o expresie de argou – „povelo" – a te lăsa dus de val. E o situaţie extrem de neplăcută când în cel mai dramatic moment al spectacolului pe careva dintre actori îl pufneşte râsul. Actorul începe a chicoti şi această

stare deplasată li se transmite celorlalți parteneri; în fine, spectacolul este compromis...

Există și exemple de coșmar. În secolul al XIV-lea Europa a fost bântuită de „moartea neagră" – o epidemie de ciumă care a răpus 20 de milioane de vieți. Metoda fundamentală de tratament a rămas după obiceiul timpului aceeași – rugăciuni istovitoare, căință, sărutarea crucii și îndeplinirea scrupuloasă a tuturor ritualurilor bisericești. În toiul acestei nenorociri a venit Ziua Sfântului Vitta, care se prăznuia întotdeauna prin dansuri și ospățuri populare. Deosebit de impetuos era sărbătorită această zi în Italia. Sleiți de puteri și disperați, oamenii se îmbătau și începeau să danseze ritmic până ajungea într-o stare de isterie și, nemaiputând să se oprească, cădeau morți. Veselia macabră și molipsitoare se transmitea de la un cartier la altul, de la sat la sat, lăsând în urma sa corpuri omenești fără suflare.

Acest episod de coșmar, fixat de cronicari, și-a găsit reflectare și în literatura artistică (pentru ruși, cea mai cunoscută lucrare este piesa lui A.S.Puşkin „Chef în timpul ciumei"), dar și în terminologia medicală și psihologică modernă, în care „dansul Sfântului Vitta" semnifică un cunoscut simptom clinic...

În filmul „Torentul de fier", având la bază romanul omonim al lui A.S. Serafimovici, este foarte bine jucat un astfel de episod, ce-i drept, nefinisat. Partizanii bolșevici, cu un convoi de populație pașnică – bătrâni, femei și copii –, rătăcesc prin pustiu încercând să se salveze de albgardiști. Oamenii flămânzi și istoviți se opresc pentru un popas. Cineva întoarce gramofonul și pune un disc: doi artiști, fără să spună ceva, râd tare și molipsitor. Cei care stau tolăniți în jurul gramofonului încep să zâmbească, apoi să hohotească și veselia se transmite mai departe... În acest moment apare inteligentul și severul comisar și cu o lovitură de cizmă distruge discul și gramofonul. Spectatorii înțeleg că dacă el nu ar fi făcut la timpul potrivit

acest gest, situația ar fi scăpat de sub control: oamenii hohotind isteric, nefiind în stare să se oprească, ar fi pierdut și ultimele puteri...

Așadar, **reacția circulară** *reprezintă o contagiere reciprocă, adică un transfer al stării emotive la nivelul psihofiziologic al contactului dintre organisme.* Se înțelege că poate fi molipsitoare nu numai voia bună ci, de exemplu, și plictisul (dacă cineva începe a căsca, aceeași dorință o încearcă și cei din anturajul său) sau, de asemenea, emoții mult mai funeste: frică, furie etc.

Pentru o mai bună percepere a reacției circulare e oportună comparația acesteia cu **comunicarea** – contactul dintre oameni la nivel semantic. În cazul comunicării ne întâlnim cu un anumit nivel de înțelegere reciprocă, de interpretare a textului; participanții la acest proces ajung sau nu la un acord, dar în orice caz, fiecare rămâne o personalitate independentă.

Personalitatea umană se constituie în cadrul relațiilor comunicaționale și depinde într-o mare măsură de diversitatea canalelor semantice în care individul este inclus.

Și, dimpotrivă, vertijul emoțional anihilează deosebirile individuale. În mod situativ, se diminuează rolul experienței personale, a identificării individuale și de ghidare, a bunului-simț. Individul simte și reacționează comportamental „ca și ceilalți". Are loc o *regresiune evoluțională*: se actualizează straturile inferioare ale psihicului, mult mai inferioare din punct de vedere filogenetic (fig.3)[3].

[3] Analizând exemplele de regresiune evoluționistă la animale, marele zoopsiholog K.Lorenz povestea despre un experiment foarte bogat în aluzii sociologice. Experimentatorul a îndepărtat creierul superior al unui pește care aparținea de clasa boiștenilor de râu. Exemplarul care s-a întors în banc nu se deosebea aproape cu nimic de ceilalți pești, dar nu mai reacționa la comportamentul lor. Peștele se deplasa ghidându-se doar după impulsurile interioare „și, imaginați-vă, *tot bancul îl urma*. Animalul schilodit a devenit un lider tocmai din cauza defectului său".

Fig.3. În mulţime omul se simte anonim şi golit de personalitate, eliberat de obligaţia rolurilor sociale şi de responsabilitate; se diminuează capacitatea de a te vedea dintr-o parte . Foto de V.Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei Ruse de Informare "Novosti".

Regresiunea poate lua uneori forme incredibile.

De exemplu, în cartea istoricilor francezi O. Cabanis și L. Nasse „Nevroza revoluționară" sunt incluse mărturii documentare ale unui caz când o gloată de insurgenți bestiali au sfâșiat corpul unui curtean pe care îl urau și *l-au mâncat* bucată cu bucată. Dacă nici aceasta nu-i „bestia care latră"...

„Personalitatea conștientă dispare – scria referitor la aceasta G. Le Bon – iar sentimentele tuturor indivizilor în parte, care formează un tot întreg, numit gloată, au una și aceeași orientare". Iată din ce cauză „în gloată pot avea loc doar acumulări de prostie și nicidecum de inteligență". Același raționament poate fi întâlnit și în lucrările altor cercetători. Găsim, de exemplu, la S. Freud: „ Se pare că e suficient ca să se întâmple la un loc o aglomerare, o mulțime imensă de oameni, ca toate performanțele morale ale indivizilor care formează acestă masă să se disperseze, iar în locul lor să rămână doar cele mai primitive, cele mai ancestrale și cele mai brutale obiective psihologice".

La persoana cuprinsă de vertijul emoțional crește receptivitatea față de impulsurile care își au sursa în interiorul mulțimii și sunt în rezonanță cu starea dominantă; concomitent, scade receptivitatea față de impulsurile din exterior și, respectiv, cresc barierele împotriva oricărei judecăți raționale. Iată din ce cauză încercarea de a acționa asupra mulțimii în acest moment prin argumente logice se poate dovedi inoportună sau pur și simplu periculoasă. Aici sunt necesare alte procedee, adecvate situației, și dacă dvs nu le stăpâniți, atunci e preferabil să stați cât mai departe de mulțime.

Voi adăuga că reacția circulară, ca orice fenomen social și psihologic, nu este unilateral un factor negativ. Ea însoțește orice manifestare de masă sau activitate de grup: vizionarea în comun a unui spectacol sau a unui film, o sindrofie prietenească, un atac de luptă (cu strigăte de „Ura!", cu țipete amenințătoare sau alte atribute), mitinguri, ședințe de partid sau de afaceri

ş.a.m.d. În viaţa triburilor primitive procesele de contaminare reciprocă înainte de luptă sau vânătoare jucau unul din cele mai importante roluri. Atât timp cât vertijul emoţional rămâne în cadrul unei limite definite, optimă pentru fiecare caz în parte, acesta contribuie la unire, mobilizare şi amplificarea eficienţei integrale a grupului (psihologii numesc această stare *fascinaţie*). Dacă însă limita optimă este depăşită acest factor se caracterizează prin efecte inverse. Grupul degradează în gloată care poate fi tot mai puţin dirijată cu ajutorul mecanismelor normative şi, totodată, este predispusă mai uşor spre manipulări iraţionale.

Iată cum descrie un martor ocular (V.M. Zenzinov) starea emoţională a locuitorilor din Sankt-Petersburg în zilele imediat premergătoare revoltelor de masă din februarie 1917.

„Toţi sunt agitaţi, neliniştiţi, dar nu sunt speriaţi. Simt la mine şi la cei din jur că toţi trăim aceleaşi sentimente şi acest lucru ne uneşte. Am avut această stare pe parcursul a câtorva zile şi nu o pot defini altfel decât, senzaţia unei anume camaraderii. E ca şi cum ar fi căzut barierele obişnuite care separă oamenii, prin stare, bogăţie, cultură, – oamenii s-au unit şi sunt gata să se ajute în toate; se prea poate că senzaţia unui risc comun a fost aceea care ne-a unit pe toţi. Oameni necunoscuţi vorbeau unii cu alţii ca nişte vechi amici – prietenește, cu bunăvoinţă, fiind gata să-şi sară în ajutor chiar dacă şi-ar fi riscat viaţa, riscuri de care în acea vreme nimeni, probabil, nu-şi dădea seama. Această senzaţie de frăţie era foarte acută şi destul de bine conturată...Era, într-adevăr, senzaţia unei sărbători a tuturor, populare".

E de menţionat că doar cu doi ani şi jumătate în urmă, în august 1914, aproape aceiaşi oameni trăiau o stare de fascinaţie similară. Atunci însă masele erau unite de admiraţia monarhică iar drept pretext pentru aceasta servise începutul Primului Război Mondial. Fotografiile de arhivă au păstrat până în prezent feţele agitate de fericire ale manifestanţilor

întâmplători de pe străzile Petrogradului, Berlinului, Vienei și Parisului, care ieșiseră să salute declarațiile de război ale guvernelor lor...

Probabilitatea apariției reacției circulare crește în perioadele de tensionări sociale. Este logic să presupunem că tensiunile, la rândul lor, apar atunci când situația e în mod obiectiv foarte proastă. Cercetările istoricilor și psihologilor arată că, de cele mai multe ori, lucrurile nu stau așa.

Încă marele savant francez din secolul al XIX-lea Alexis de Tocqueville atrăgea atenția asupra faptului că crizei revoluționare îi premerge, de obicei, o lungă perioadă de creștere a indicilor economici și politici (cuantumul drepturilor politice, accesul la informație, perspectiva unei mobilități verticale ș.a.). De exemplu, nivelul de trai al țăranilor și meseriașilor francezi înainte de începerea Marii revoluții franceze era cel mai ridicat din Europa; la începutul revoluției anticoloniale din America de Nord acestea erau cele mai bogate și bine guvernate colonii din lume.

În paralel cu creșterea posibilităților cresc necesitățile și speranțele oamenilor. Într-un anumit moment, creșterea indicilor obiectivi se confruntă cu o scădere relativă a acestora (de cele mai multe ori din cauza unui război ratat, declanșat de guvernanții care, și ei, au căzut pradă euforiei generale). Pe fondul așteptărilor, care continuă să crească din inerție, se declanșează o frustrare de masă, secundată, la rândul ei, de dispoziții agresive sau (și) panică.

Sintetizând diverse informații referitoare la preistoria situațiilor revoluționare, psihologul american J. Davis a elaborat un grafic integral care posedă un important potențial de pronosticare. Am lucrat mult cu graficul lui Davis, l-am verificat pe materiale din țări și zone aflate la mare depărtare unele de altele, inclusiv din Rusia diferitor epoci. Concluzia generală e destul de paradoxală, dar e susținută în mod real de mult material faptic. Atât timp cât oamenii o duc stabil rău (din punctul

de vedere al unui observator din afară), aceștia nu simt o insatisfacție bolnăvicioasă și probabilitatea unor explozii din interior e minimă. Pericolul apare acolo unde așteptările sunt în creștere. A fost depistat chiar un sindrom sociopsihologic aparte, al omului din perioada de precriză (*Homo praecrisimos*), care solicită o atenție deosebită din partea liderilor politici responsabili.

Cei interesați de aceste probleme pot consulta studiul lui J. Davis sau cartea mea „Crizele civilizaționiste în contextul Istoriei universale" (vezi Bibliografia) și, de asemenea, Anexa 2. Revenim la situația când posibilitățile de stabilizare politică preventivă au fost compromise și s-a instaurat tensiunea socială. Mulți oameni retrăiesc stări emoționale similare la un nivel înalt de indefinire și se gândesc la același lucru, formează grupuri, studiază tema care îi interesează, caută frenetic informații, răspândesc zvonuri – toate acestea se transformă într-o inducție emoțională reciprocă care se materializează în forme spontane ale comportamentului în masă. Liderii și partidele experimentate organizează în această perioadă gărzi compuse din 2-3 agenți. E de la sine înțeles că aceștia n-au nici un fel de semne distinctive (dimpotrivă, ei trebuie să semene la maximum cu niște trecători obișnuiți, „oameni din mulțime"), în schimb au o anumită experiență, cunoștințe, intuiție, fermitate și e de dorit să posede și un minimum de însușiri actoricești ca la timpul potrivit să poată interveni în desfășurarea evenimentelor și să prevină evoluția nefastă a acestora.

Cum însă pot acționa acești agenți? Vom analiza acest aspect după ce vom lua cunoștință de clasificarea și de caracteristica esențială a mulțimii.

Categoriile mulțimii

Un volum impresionant de observații și studii speciale ne-au permis să evidențiem patru categorii de bază ale mulțimii, cu subcategoriile respective.

Mulțimea ocazională (engl. *occasion* – „întâmplare") – o aglomerare de oameni adunați ca să contemple un eveniment neașteptat (fig.4). Este cea mai obușnuită dintre situațiile de comportament spontan în masă, o situație pe care i-a fost dat s-o întâlnească oricărei persoane mature, fie ea dintr-un mediu urban sau rural. Cu toate acestea, voi prezenta câteva exemple.

Cursanților mei latino-americani le plăcea să povestească la această temă un banc vechi și amuzant. „Într-un oraș american, pe o bancă stă un mexican cu o undiță, deși prin apropiere nu era nici un luciu de apă, și foarte concentrat, dă la pești pe asfalt. În jurul lui s-au adunat mulți gură-cască, îl arată cu degetul și râd. În sfârșit, unul dintre yankei îl întreabă:

– Ascultă, cicano (aceasta e porecla disprețuitoare dată mexicanilor în SUA), ai prins mult pește?

– Nici unul – răspunde serios mexicanul – și nici nu-mi trebuie. Eu nu prind pește, eu câștig un pariu.

– ???

– Am pus pariu cu compatrioții mei, unde sunt mai mulți tâmpiți, în Mexic sau în State. Am făcut experimentul acasă și acum îl facem și aici. Uite, pe banca aia stau băieții și vă numără..."

Una din micile capodopere ale ilustrului umorist american O'Henry așa și se numește: „Comedia curiozității". Personajele nuvelei, un tânăr și o fată, sunt reprezentanții imensului trib de gură-cască de pe străzi cărora cel mai mult le place să savureze nenorocirea cuiva. Scriitorul a observat că „acești fanatici ai curiozității se adună, aidoma mușteloi, la locul oricărei întâmplări neobișnuite și, ținându-și respirația, încearcă să își facă loc cât mai aproape".

Acești tineri s-au cunoscut într-o mulțime de acest fel, s-au plăcut și au hotărât să se căsătorească. În ziua nunții, lângă biserică se adunaseră o mulțime de curioși, dar eroii evenimentului nu se aflau la locul lor. Ulterior s-a constatat că atât la mire cât și la mireasă, în cel mai nepotrivit moment, s-au

declanşat reflexele convenţionale: văzând mulţimea, ambii s-au avântat din obişnuinţă în mijlocul ei, făcându-şi loc cu coatele şi împingându-i pe ceilalţi ca să răzbată în primele rânduri. În consecinţă, accesoriile de nuntă şi coafurile au fost compromise substanţial, iar mireasa avea o vânătaie sub ochi – într-un cuvânt, manifestarea a trebuit anulată.

Conform cercetărilor din domeniul culturii, predilecţia pentru constituirea mulţimilor ocazionale depinde nu numai de situaţia social-politică actuală ci şi de un şir de factori istorici, printre care şi nivelul de înrădăcinare a culturii urbane. Eram copil când, după Festivalul tineretului şi studenţilor care a avut loc în Moscova în 1957, a început a se ridica uşor „cortina de fier"; chiar şi pe străzile oraşelor care nu erau capitale de republici şi-au făcut apariţia primii străini „în carne şi oase", străini pe care cei mai în vârstă nu-i mai văzuseră din timpul războiului iar copiii ştiau de existenţa lor doar din cărţi. Străinii puteau fi uşor deosebiţi de concetăţenii noştri după vestimentaţie, dar de o popularitate aparte se bucurau străinii de culoare.

Toţi sunt prietenoşi, cineva îi oferă oaspetului în dar o insignă, altul îi cere ca amintire o monedă străină, un al treilea vrea să se fotografieze cu el. Acesta devine tot mai iritat şi începe să se înfurie (imaginaţi-vă dvs în locul lui!), spune ceva într-o limbă necunoscută şi, după câte se vede, este nervos la culme. Lumea din jur nu înţelege cu ce l-a nemulţumit pe

Fig.4. Tabloul lui Vasili Surikov „Boicroaica Morozova". În jurul saniei se îmbulzeşte o mulţime ocazională.

prietenul străin şi apoi încep să se audă comentarii decepţionate de genul: „ Cât de mândri (răi, infatuaţi) sunt ăştia..."

Mi-au rămas întipărite în memorie scene din acei ani. Merge pe stradă un bărbat de culoare, iar din urma lui – o droaie de oameni maturi şi copii.

Ceva similar se putea întâlni şi în literatura artistică a acelor ani. O nenorocire întâmplată cuiva atrage trecătorii, care, fără a se sinchisi cât de puţin, se adună în jur şi îşi exprimă cu voce tare curiozitatea compătimitoare.

Ca de obicei, virtuţile noastre sunt, de fapt, prelungiri ale defectelor noastre şi invers. O dată cu dezvoltarea culturii urbane se modifică valorile şi normele de comportament, oamenii se concentrează bolnăvicios asupra problemelor personale, devin mai puţin receptivi şi, totodată, mai puţin sâcâitori. În anii '60, defilarea pe străzile Londrei a unor fete în pielea goală n-a făcut cine ştie ce vâlvă, pe când apariţia la Ankara a câtorva străine în fuste mini aproape că a devenit un eveniment de importanţă politică (despre aceasta voi vorbi în continuare).

Mulţimea convenţională (engl. *convention* – „convenţie") se adună pentru un eveniment anunţat anterior: lupte de cocoşi sau câini, meciuri de fotbal sau partide de box, mitinguri, concerte de muzică rock ş.a.m.d. În acest caz, predomină interesul bine definit şi oamenii, până la un anumit moment (până când mulţimea respectă convenţionalitatea), sunt dispuşi să urmeze anumite convenţii.

E de subliniat de la bun început că nu trebuie să confundaţi mulţimea convenţională cu *publicul* care se adună la teatru, operă sau conservator etc. Diferenţa terminologică a fost necesară, bineînţeles, nu pe motiv că psihologilor le-ar plăcea muzica clasică mai mult decât rock-ul, această diferenţiere este esenţial importantă şi sub raport funcţional.

La un concert simfonic sau rock oamenii vin cu anumite obiective şi scenariile unor eventuale desfăşurări ale

evenimentelor sunt diferite, iar organizatorii se pregătesc diferit pentru acestea.

E de la sine înţeles că, dacă în timpul concertului simfonic, în clădire va izbucni un incendiu sau va exploda o bombă, se poate declanşa o panică în masă. O altă formă a panicii – nu o mulţime care se aruncă în toate părţile, ci o paralizie în masă a voinţei, poate avea loc în teatru atunci când acesta este invadat de teroriştii înarmaţi. Este însă prea puţin probabil să se întâmple aceste lucruri şi e de datoria serviciilor de pompieri şi pază să reducă la zero această probabilitate. (Cu toate acestea, asupra destinelor ostaticilor poate influenţa prezenţa în sală a cel puţin două-trei persoane la curent cu mecanismele de comportament ale mulţimii şi care şi-au păstrat calmul. După evenimentele tragice din octombrie 2002, la spectacolul „Nord-Ost", am analizat special împreună cu studenţii posibilele acţiuni în situaţia când sute de cetăţeni au fost luaţi ostatici de un grup mare de teroriştii înarmaţi până în dinţi şi care minaseră clădirea. (Celor care citesc aceste lecţii li se propune să analizeze independent această situaţie).

Spre deosebire de organizatorii unor manifestări „solide", organizatorii de concerte rock trebuie să ia în consideraţie de la bun început că au de-a face cu o mulţime care s-a constituit ca şi convenţională, dar datorită însuşirii generale a mulţimii ca atare (vezi în continuare) va degrada numaidecât în alte forme. Aceiaşi organizatori trebuie să pronosticheze aceste transformări şi să stăpânească procedee adecvate de intervenţie pentru ca situaţia să nu scape de sub control (fig.5,6).

Mulţimea expresivă (engl. *expression* – expresie) este cea care îşi exprimă ritmic anumite emoţii: bucurie, entuziasm, indignare etc. Observăm că spectrul dominantelor emoţionale este destul de larg, iar caracteristica de bază este ritmicitatea expresiei.

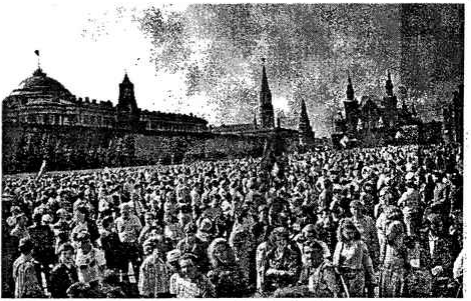


Fig.5. Un miting în Piaţa Roşie din Moscova. O mulţime *convenţională*: oamenii s-au adunat într-un anumit loc şi la o oră anunţată din timp. Foto de V.Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei de Presă „Novosti".

Fig.6. Un miting în Piaţa Manejnaia din Moscova. O mulţime *convenţională* se transformă într-una *expresivă*. Foto de V.Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei de Presă „Novosti".

Fig.7. Microbişti în tribunele stadionului, în timpul unui meci de fotbal. Mulţime *expresivă*. Foto de V.Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei Ruse de Informare „Novosti".

E uşor să conştientizezi că e vorba de oameni care scandează o lozincă la un miting sau o demonstraţie, care îşi susţin cu înflăcărare echipa preferată sau blamează arbitrul de pe stadion, care dansează la un carnaval etc. În anumite cazuri, procesul de exprimare ritmică poate lua forme deosebit de intensive şi atunci avem de a face cu fenomenul extazului în masă (des.7,8).

Mulţimea extatică (engl. *ecstasy* – extaz) reprezintă forma extremă a mulţimii expresive. În extaz, oamenii înnebuniţi se biciuiesc cu lanţuri la sărbătoarea religioasă şiită „shahsey-vahsey", îşi pierd minţile sub ritmul trepidant al rugăciunilor dintr-o sectă sau dansând la carnavalul brazilian, îşi rup hainele pe ritmurile muzicii rock... Dansul aducător de moarte al Sfântului Vitta din Italia secolului al XIV-lea face parte din aceeaşi categorie.

Mulţimea funcţională ***(active)*** reprezintă, din punct de vedere politic, cea mai importantă şi mai periculoasă categorie de comportament spontan. În cadrul acesteia pot fi delimitate câteva subcategorii.

Fig.8. O mulţime *expresivă* de microbişti la sfârşitul unui meci. Patimile continuă să ia amploare. Foto de V.Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei Ruse de Informare „Novosti".

Fig.9. O mulţime *expresivă* transformându-se într-o mulţime *agresivă*. Foto de V.Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei Ruse de Informare „Novosti".

Fig.10. Iunie 2002: evenimentele din Piaţa Manejnaia din Moscova provocate de încheierea telereportajului despre meciul dintre echipele naţionale de fotbal ale Rusiei şi Japoniei desfăşurat în cadrul Campionatului Mondial de fotbal.(Naţionala Rusiei a pierdut.) O mulţime *agresivă*. Se poate distinge clar *nucleul* activ transformându-se într-o *periferie* „condescendentă". Foto: Agenţia de Presă.

Mulţimea agresivă (aggressive): dominanta emoţională a acesteia este răutatea, furia, în însăşi denumirea subcategoriei se conţine clar şi orientarea acţiunilor acesteia (fig.9,10).

Mulţimea panicată (panic;saving) este cuprinsă de groază; se caracterizează prin tendinţa fiecăruia de a se salva de pericolul real sau imaginar. În continuare, ne vom convinge că şi comportamentul panicat nu numai că nu este unul salvator ci de cele mai multe ori acesta se prezintă ca un factor mult mai periculos decât motivul care l-a provocat (fig.11).

Mulţimea acaparatoare (greedy) reprezintă indivizi care au declanşat un conflict pentru a intra în posesia anumitor bunuri. Acest termen, spre deosebire de ceilalţi, necesită anumite explicaţii. De obicei, în acest caz emoţia dominantă este avariţia, lăcomia care uneori se amestecă şi cu frica. O mulţime acaparatoare este constituită uneori de brokerii printre care s-a răspândit zvonul că anumitor acţiuni le creşte vertiginos preţul. În oraşele ex-sovietice, mai ales în cele provinciale,

Fig.11. Tabloul lui Karl Briullov „Ultima zi a oraşului Pompei". Panica în masă.

astfel de mulţimi apar atunci când în magazine „se bagă" marfă deficitară. În parlamente, se observă acelaşi lucru atunci când deputaţii îşi croiesc drum prin luptă ca să ajungă la tribună pentru a debita o ordinară banalitate pretins înţeleaptă.

Cuvântul „acaparator" (lacom) nu trebuie întotdeauna înţeles literal. Poate fi vorba şi despre o mulţime de oameni flămânzi cărora li s-au adus alimente, dar nu a fost organizată o distribuire organizată. Sau despre locuitorii unui cartier îndepărtat care dimineaţa se grăbesc spre serviciu şi nu au mijloace suficiente de transport. Poate fi vorba şi despre potenţialii pasageri de la metrou care nu şi-au găsit locul în trenul care tocmai pleacă etc. (fig.12).

Mulţimea rebelă (rebellious) are multe caracteristici comune cu mulţimea agresivă (e dominantă emoţia de furie), dar diferă de aceasta prin caracterul social (justificat) de indignare. Acest termen necesită explicaţii, căci noţiunea de „dreptate socială" pare aici arbitrară şi nu se înscrie în

Fig.12. Iugoslavia,1989. Creşterea galopantă a preţurilor la produsele alimentare de bază a transformat persoanele care stăteau la rând după pâine ieftină într-o mulţime acaparatoare: fără nici o exagerare, cumpărătorii trebuie să se lupte pentru a ajunge la tejghea. Foto de S. Jivulovici, corespondent TANIUG.

schema operațională. În realitate însă, diferențierea dintre mulțimea rebelă și cea agresivă este din punct de vedere operațional tot atât de utilă cât și diferențierea dintre mulțimea convențională și public (fig.13).

Problema e că o mulțime de oameni indignați pe bună dreptate, chiar și la exterior se prezintă altfel decât „clasica" mulțime agresivă. Esențialul e că aceasta are, de fapt, alte caracteristici. În prezența unui factor activ și conștient, în acest tip de mulțime poate fi introdus un început organizațional și atunci mulțimea rebelă se poate transforma într-un grup unit (în caz contrar, aceasta poate degrada într-o formă de mulțime mai primitivă). Răscoala de pe cuirasatul „Potiomkin", din 1905, ne servește drept exemplu antologic, dar putem apela și la exemple mai recente. Cei care au urmărit protestele, mitingurile și grevele spontane din colectivele muncitorești (în special grevele din 1998 ale minerilor din Rusia) au putut observa că de cele mai multe ori acestea nu degradau în încăierări de masă, pogromuri și alte acțiuni distructive. Comitetele sindicale numesc lideri responsabili care reușesc să introducă elementul organizatoric în mișcarea de masă...

Fig.13. Tabloul lui Eugene Delacroix „Libertatea conducând poporul" – o reprezentare antologică a mulțimii rebele.

CARACTERISTICA FUNDAMENTALĂ A MULŢIMII

Vă atrag atenţia asupra faptului că clasificarea propusă este una convenţională. În plan practic, cea mai importantă însuşire a mulţimii este *transformabilitatea*: o dată constituită, mulţimea este capabilă să se transforme dintr-o categorie în alta.

Transformările pot avea loc spontan, adică fără intervenţia conştientă a cuiva, sau pot fi provocate intenţionat. În mare parte, toate procedeele de manipulare a mulţimii cu anumite scopuri se bazează pe caracterul transformator al mulţimii.

Oricine a asistat la un meci de fotbal îşi poate aminti una dintre cele mai elementare transformări spontane. La începutul jocului, mulţimea convenţională se transformă într-una expresivă, iar obiectivul de bază al organizatorilor e să ia toate măsurile necesare ca în timpul meciului sau la finele acestuia mulţimea să nu se transforme într-una agresivă, acaparatoare (când mii de suporteri agitaţi se îndreaptă în acelaşi timp spre unica ieşire) sau panicată (provocată de o încăierare, incendiu, schimb de focuri etc.).

În 1982, o foarte populară echipă moscovită de fotbal s-a întâlnit, pe stadionul „Lujniki", cu un club de fotbal din străinătate. Rezultatul era foarte important, dar jocul nu se lega. Spectatorii îşi cam pierdeau interesul pentru joc şi speranţa că favoriţii lor vor da golul decisiv. Cu vreo 15-20 de minute înainte de fluierul final al arbitrului, oamenii au început să părăsească tribunele, unii au reuşit să treacă dincolo de porţile de intrare iar alţii se aflau pe parcurs. Şi dintr-o dată, în ultimul minut al meciului, golul mult aşteptat a fost marcat, generând o reacţie furtunoasă a suporterilor. Cei care reuşiseră să iasă de pe stadion au alergat înapoi ca să participe la jubilarea generală şi s-au ciocnit în trecerea îngustă de cei care, sub presiunea celor din spate, continuau din inerţie să se mişte spre ieşire. Tragedia n-a putut fi evitată: zeci de oameni au fost striviţi mortal...

În 1974, pe alt stadion, unul acoperit, transformările s-au derulat puțin altfel, dar după un scenariu tot atât de tragic. Se disputa un meci amical de hochei între selecționatele de tineret ale URSS și Canadei; unul din sectoarele stadionului fusese în întregime rezervat turiștilor canadieni. Suporterii sovietici și canadieni reacționau prietenos, făceau schimb de comentarii vesele și zgomotoase, dar cam simpliste (problema limbii străine).

Aproape de sfârșitul meciului, cei din sectorul canadian au aruncat în sectorul sovietic câteva ambalaje frumoase cu gumă de mestecat. E de menționat că în acea vreme guma de mestecat era considerată un atribut al „modului burghez de viață", iar la noi în țară nu se producea și nu se comercializa . Deși moscoviții cunoșteau deja acest produs „subversiv"(cineva reușise să-și cumpere gumă din deplasările în străinătate, altcineva o cerșise de pe la străini sau o cumpărase de la bișnițari), pentru copii, acesta era cel mai dorit și mai dificil de obținut cadou.

Canadienii știau, de bună seamă, despre extraordinara valoare a gumei pentru oamenii simpli din Uniune. Nici până acum nu se știe cu siguranță dacă gestul lor a fost unul de prietenie sau o provocare intenționată (cred că nimeni nu și-a dat osteneala să clarifice acest lucru). Consecințele acestui gest au fost groaznice și rușinoase.

Suporterii noștri, uitând de hochei, s-au îmbulzit în grămezi și într-o luptă crâncenă pentru a înhăța câte un pachețel de gumă. Imediat s-au aprins blitzurile aparatelor de fotografiat deasupra canadienilor (fotografiile cu sălbaticii ruși, de după „cortina de fier", care se băteau cu înverșunare pentru un pachețel de gumă, au făcut mai târziu deliciul ziarelor occidentale). Îngroziți de ceea ce se întâmpla, administratorii n-au avut o idee mai bună decât să stingă lumina în incintă. Spaima stârnită de întunericul de nepătruns a servit drept impuls pentru transformarea

unei mulţimi acaparatoare într-o mulţime panicată. În îmbulzeala iscată au murit oameni, mulţi au rămas schilozi...

Acest gen de scenariu, de transformare a mulţimii (convenţională – expresivă – acaparatoare – panicată), este unul tipic. Să ne amintim două exemple antologice din istoria rusă.

În ziua de 18 mai 1896, ziua încoronării lui Nikolai al II-lea pe Câmpia Hodânsk (unde în prezent se află Prospectul Leningrad din Moscova) s-au adunat mai mult de 500.000 de oameni, mult mai mulţi decât ar fi fost în stare să încapă pe acel loc. Organizatorii manifestaţiei populare nu s-au obosit să ia măsurile necesare pentru a preveni îmbulzeala.

Oamenii aveau dispoziţie de sărbătoare; fuseseră convinşi să vină aici nu numai din dorinţa de a lua parte la evenimentul important şi de a participa la cheful general, ci şi în speranţa că ţarul le va oferi daruri. Fuseseră împărţite câte un pachetel cu turte dulci şi câte o cană cu monogramă. Dar gloata e gloată, ea are toate simţurile ascuţite şi dulcea vorbă „de-a moaca" o atrăgea într-un fel aparte. Urletul cuiva: „Cadourile n-ajung pentru toţi!" a servit drept semnal pentru transformarea mulţimii din convenţională în acaparatoare.

Îmbulzeala tot mai mare i-a făcut pe unii să înţeleagă că ceva nu merge bine. Cineva s-a gândit să oprească periculosul proces şi a început să cânte „Mântuieşte-i, Doamne, pe oamenii tăi". Mulţimea a început şi ea să cânte, dar se vede că ritmul cântecului nu era întru totul adecvat situaţiei (vezi în continuare). În orice caz, cântarea colectivă a diminuat doar pentru puţin timp presiunea, care creştea din inerţie. Oamenii înnebuniţi de frică îi călcau în picioare pe cei căzuţi pe jos, îşi pierdeau cunoştinţa şi piereau în îmbulzeală.

Conform datelor oficiale, în panică au pierit 1389 de persoane şi 1300 au fost schilodite. Contemporanii acelor vremi dădeau şi cifre mult mai impresionante...

În martie 1953, în ziua înmormântării lui I.V.Stalin, nimeni nu împărţea turte dulci. De astă dată, motivul

îmbulzelii mortale a fost dorința nestăpânită de a-l vedea cât mai de-aproape pe idolul decedat. Însă schema desfășurării evenimentelor s-a dovedit a fi analogică și noi, probabil, nu vom ști niciodată câte mii de moscoviți au pierit în acea îmbulzeală...

Încă un scenariu caracteristic este ilustrat de un episod descris de psihologii americani. În anii 20 ai secolului al XX-lea, în parcul unui orășel, a fost descoperit cadavrul unei fetițe albe de 14 ani; înainte de a fi ucisă fetița fusese violată bestial. Vestea despre descoperirea macabră s-a răspândit cu iuțeală și oamenii au început să se adune în parc. Indignarea i-a luat locul curiozității inițiale iar ipotezele lansate s-au transformat într-un nou zvon: „Negrii sunt criminalii!" Manifestația iscată spontan s-a deplasat spre primărie, sub acordul lozincilor rasiste și al revendicărilor față de edilii orașului. Pe drum au întalnit doi negri tineri și au început să-i jignească brutal. Unul dintre băieți a îndrăznit să răspundă ceva și atunci mulțimea expresivă s-a transformat într-una agresivă: tanărul a fost linșat.

A doua zi s-a stabilit că fetița fusese ucisă de către niște criminali albi, evadați din închisoare. Se prea poate ca unora din cei care l-au linșat pe băiat să li se fi făcut rușine, dar asta deja e cu totul altă poveste...

Caricaturistul danez H. Bidstrup ne arată cu mult umor în desenul său cum o mulțime extatică de fanatice se transformă o dată cu încetarea acompaniamentului ritmic muzical într-o mulțime acaparatoare (des.14).

V-am prezentat doar câteva dintr-o mulțime de exemple de cum se poate transforma spontan o mulțime, fără nici o intenție ascunsă a cuiva. Aici însă trebuie să subliniez încă o dată: toate procedeele de dirijare și manipulare a comportamentului în masă se bazează pe transformabilitatea mulțimii.

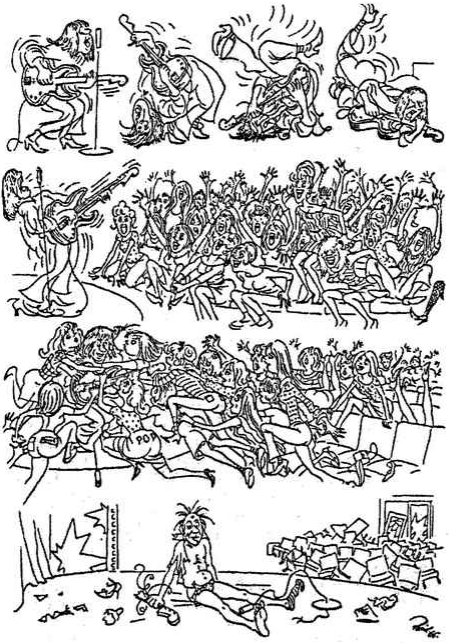


Fig.14. Mulţimea *extatică* se transformă în mulţime *ucaparatoare.*

PROCEDEE DE DIRIJARE ŞI MANIPULARE

Ajungând la acest capitol, este util să ne amintim despre ce obiect de studiu e vorba şi care este deosebirea propriu-zisă dintre o mulţime şi un grup. Apelând la procedee neadecvate obiectului de studiu şi situaţiei riscăm neplăceri serioase, iar uneori chiar şi vieţi omeneşti.

Judecând după mărturiile care ne-au rămas, Bastilia din Paris (1789) a fost asediată de o mulţime tipică, care ulterior s-a transformat dintr-una convenţională (parţial ocazională) într-una expresivă şi, în fine, în una agresivă (posibil, rebelă). Situaţia ar fi putut fi ţinută sub control dacă s-ar fi recurs la procedee tehnologice speciale.

Se pare însă că nici unul din procedeele pe care le vom analiza în continuare nu ar fi dat rezultate în octombrie 1917 în Petrograd, căci asediul Palatului de Iarnă se făcea nu de către gloată, ci de detaşamente organizate ale bolşevicilor. Aceştia aveau un plan bine chibzuit: grupuri de câte doi-trei oameni pătrundeau în clădire, se predau iunkerilor buimăciţi şi, obţinând cu timpul superioritate numerică, preluau controlul situaţiei, fiind în permanenţă în contact cu militarii din interiorul şi din afara Palatului. Se pare că doar mult mai târziu, îmbătaţi de izbândă, aceştia au început să manifeste simptome ale gloatei acaparatoare. Povestea e una banală: nu în zadar, încă din cele mai vechi timpuri, ostaşilor care cucereau prin luptă un oraş, comandanţii le permiteau trei zile „pentru relaxare".

Cele relatate vizează şi evenimente mai modeste în plan istoric. Microbiştii-huligani din Piaţa Manejnaia, în vara anului 2002, se prezentau ca o mulţime care a suportat câteva transformări consecutive şi, în cele din urmă, din cauza incompetenţei organizatorilor manifestării de masă, au început să se încaiere şi să distrugă tot ce le-a ieşit în cale. „Capetele rase" care au organizat cu un an înainte un pogrom în piaţă au fost catalogate eronat drept gloată, aceştia reprezentau un grup

de luptători cu un program de acţiune elaborat din timp, cu lideri şi disciplină internă. Prin urmare, în ambele cazuri se cereau măsuri şi procedee de influenţare absolut diferite.

În măsura în care noi ne-am limitat câmpul de studiu, este posibilă analizarea procedeelor de dirijare. Există procedee de influenţare a mulţimii atât din interior, cât şi din exterior. Ca să ne orientăm mai bine, e util să atragem atenţia asupra unui fenomen specific căruia i se spune *geografia mulţimii.*

Am remarcat anterior că mulţimea propriu-zisă nu are o structură de poziţie şi de dirijare şi că în procesul vertijului emoţional aceasta se omogenizează. Totodată însă, în mulţime deseori se stabileşte un parametru propriu al eterogenităţii spaţiale şi emoţionale, legat de intensitatea neuniformă a reacţiei circulare. Geografia mulţimii (se vede extraordinar atunci când mulţimea este filmată de sus) se defineşte prin diferenţele dintre *nucleul* cât mai dens şi *periferia* rarefiată. Efectul vertijului emoţional se acumulează în nucleu şi cei care se află acolo resimt mai puternic influenţa lui (fig.15).

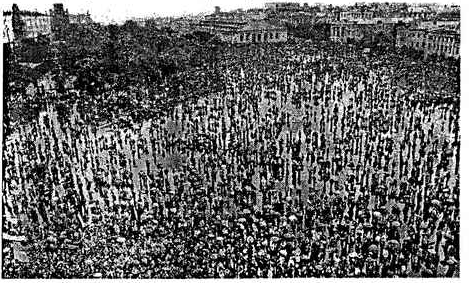


Fig.15. Anul 1990, un miting din Piaţa Manejnaia.Geografia mulţimii: de sus se văd foarte clar acumulările dense (nucleul) şi periferia rarefiată. Foto de V.Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei Ruse de Informare „Novosti".

De exemplu, tabloul tipic al pogromurilor în masă se prezintă în felul următor: doar o parte neînsemnată din mulțime sunt nemijlocit violatori și ucigași; ceilalți îi susțin activ (prin strigăte de încurajare, prin huiduieli etc.), o parte și mai mare din mulțime îi susține doar la modul pasiv, iar cei de la periferie sunt niște gură-cască cu timp berechet la dispoziție – aici se conturează deja caracteristicile unei mulțimi ocazionale. Tot acest contingent însă îi conferă nucleului puterea de motivare susținută și de senzația de anonimat și impunitate...

De obicei, recomandăm ca influența psihologică *din exterior* să vizeze în primul rând periferia, fiind mai ușor de captat atenția acesteia. Atunci când se acționează *din interior* le recomandăm agenților să pătrundă în nucleu, unde puterea de sugestie și reactivitate sunt hipertrofiate.

Există și o condiție esențială pentru ca exemplele concrete să fie cât mai bine înțelese. De cele mai multe ori, comportamentul spontan în masă este însoțit de neplăceri serioase și atunci trebuie să alegem „rău mai mic". Depinde de sistemul de valori, de obiective politice și calitățile morale ale grupului care acționează pentru a determina care este răul cel mai mic.

E de la sine înțeles că scopurile pot fi distructive iar aprecierea ulterioară a acțiunilor să fie definită la modul decisiv de obiective ideologice. Mulți ani de-a rândul ni s-a demonstrat că incendierea conacelor, demolarea bisericilor, căsăpirea fețelor bisericești și mai apoi a chiaburilor-ciocoi, furtul proprietății (V.I. Lenin: „Jecmănește tot ce-i furat") nu reprezintă altceva decât esența deșteptării conștiinței revoluționare a claselor umilite. Pe de altă parte însă nu se știe cât timp mai rezista iobăgia în Rusia dacă în anii '50 ai secolului al XIX-lea nu izbucneau în țară răscoalele țărănești cu „cocoși roșii"(incendierea conacelor boierești) și alte fărădelegi...

Desigur, nu vom putea în continuare să ne lipsim complet de criteriile de evaluare, însă, în linii mari, ne vom

concentra atenţia asupra tehnologiilor. Vom începe cu procedeele de influenţare din interior.

Aşadar, doi-trei agenţi, pătrunzând în nucleul mulţimii agresive (sau pe cale de a se transforma în agresivă), imită frica şi încep a răspândi zvonuri: „Se apropie de noi! Sunt înarmaţi!". Uneori, aceste acţiuni sunt susţinute de împuşcături sau de sunete asemănătoare pe care le produc de după blocuri complicii agenţilor. Sub influenţa acestor stimulenţi, locul agresiunii în masă este luat de panica în masă, care în cazuri concrete poate fi considerată „un rău mai mic".

O altă variantă: atenţia mulţimii agresive trebuie orientată spre un obiect neutru. În acest caz, fie cel asupra căruia fusese iniţial îndreptată toată furia nu va cădea jertfă violenţei (acesta este unul dintre cele mai mârşave procedee politice,în genere, şi ale manipulării maselor, în speţă; uneori însă poate cădea jertfă însuşi provocatorul violenţei), fie mulţimea se va transforma din agresivă în acaparatoare, ceea ce poate fi considerat din punct de vedere al consecinţelor sociale un rău, totuşi, mai mic.

Un episod din romanul lui A.N. Tolstoi „Calvarul": Sorokin, comandantul unui detaşament de ostaşi, a devenit ţinta indignării la culme a acestora în urma unor acţiuni dubioase . Aflându-se în faţa mulţimii dispuse agresiv şi nefiind în stare să fugă sau să se apere, a ales din gloată mutra cea mai răutăcioasă şi arătând-o cu degetul a strigat din răsputeri: „Uite duşmanul!" – şi gloata s-a aruncat asupra altei victime. Astfel, Sorokin s-a transformat din obiect al agresiunii în lider al gloatei agresive...

În anii '70, în ţările lumii a treia, s-a utilizat de câteva ori următorul procedeu: o gloată agresivă, agitată de liderii orientării de dreapta (fasciste, naţionaliste sau clericale) se pregătea să vandalizeze organizaţiile de stânga şi să-i agreseze pe membrii acestora care, chipurile, se vânduseră bolşevismului rus (sionismului mondial etc.) Când pe traseul mulţimii apărea

un supermarket de lux sau o reşedinţă bogată, agenţii partidului de stânga infiltraţi în nucleu se aruncau spre acestea cu strigăte: „Iată-i! Ei sunt acolo!". Ceilalţi îi urmau şi, văzându-se în faţa unor bogăţii nepăzite, oamenii se apucau să le devasteze. Se înţelege că activiştii de stânga nu-şi făceau mustrări de conştiinţă pentru proprietarii jefuiţi, aceştia fiind „exploatatori burghezi" care deseori îi susţineau pe huligani sau chiar agitau masele pentru a-şi realiza scopurile politice. Chiar dacă ar fi să respingem această motivaţie, ar trebui să înţelegem că magazinele şi reşedinţele devastate reprezintă, totuşi, „un rău mai mic" în comparaţie cu oamenii ucişi şi schiloditi...

Iată şi un foarte bun exemplu din istoria noastră recentă. Pe 21 august 1991 a devenit absolut clar că puciul organizat mediocru de către CSSU (GKCP – CSSE- Comitetul de Stat pentru situaţii excepţionale) a eşuat şi o dată cu acesta a luat sfârşit şi dominaţia de 74 de ani a PCUS. După trei zile de emoţii şi aşteptări tensionate s-a instaurat o victorie necondiţionată a cetăţenilor ieşiţi spontan pe străzi asupra unei puteri aparent temute, dar spiritual secătuite.

Însă euforia succesului, amplificându-se conform mecanismului reacţiei circulare, îi conferea mulţimii tot mai pregnante caracteristici de gloată. Aceasta însă, completându-se cu noi elemente şi îmbătată de o putere neaşteptată, jinduia după noi victorii, pe alocuri se făcea resimţită setea de sânge. În Piaţa Dzerjinski (Lubeanka de astăzi) se concentraseră mii de oameni printre care se amplificau tot mai mult chemările de a lua cu asalt sediul macabru şi atât de detestat al KGB-ului. Dacă astfel de chemări ar fi fost ascultate, ar fi trebuit să ne aşteptăm la consecinţe extrem de grave şi la jertfe omeneşti.

În momentul decisiv s-a reuşit reorientarea atenţiei mulţimii de la sediul bine apărat, asupra monumentului fără de apărare al lui F.E. Dzerjinski care se înalţa în centrul pieţei şi care de mulţi ani părea simbolul de necontestat al acesteia. De altfel, s-a apelat nu numai la antipatia oamenilor faţă de acest

personaj, ci şi la un mai vechi zvon precum că monumentul este turnat din aur curat acoperit doar la suprafaţă cu o vopsea neagră densă. (Se spunea că I.V. Stalin ascunsese rezerva de aur a ţării astfel că „nimănui să nu-i treacă prin minte"; monumentul era amplasat şi păzit strategic: era de neimaginat că cineva s-ar fi putut apropia ca să-l „ciocănească").

Au trimis după tehnica necesară pentru a ridica un monument de o asemenea greutate, şi gloata, savurând aşteptarea grandiosului eveniment, a şi uitat de intenţia de a asalta clădirea. S-a dovedit că monumentul smuls de pe postament nu numai că nu era de aur, ci nici măcar nu era turnat, fiind găunos pe dinăuntru. (Ulterior acesta a zăcut câteva luni în voia sorţii lângă Uniunea artiştilor plastici; copiii se târau înăuntru iar mămicile neatente, comentând supărat, îi scoteau de acolo, murdari şi plini de sine...). Mulţimea însă a avut parte de un spectacol pe cinste, iar faptul că emoţia dominantă a putut fi la timp reorientată de la furie la curiozitate a salvat nu o singură viaţă (fig.16)...

Fig. 16. Moscova, 21 august 1991, Piaţa F. E. Dzerjinski (în prezent Lubeanka). Măsurile anunţate şi desfăşurate în mod operativ pentru înlăturarea adaosului monument au dstras mulţimea de la intenţia de a lua cu asalt edificiul KGB-ului. O mulţime potenţial *agresivă* (sau *rebelă*) a fost transformată într-o mulţime *ocazională*. A fost înlăturată primejdia care punea în pericol vieţile oamenilor. Foto de A. V. Poleakov, corespondent al Agenţiei de Presă „Novosti".

Sunt cunoscute nu puține cazuri când o mulțime constituită mai mult sau mai puțin spontan servește doar ca paravan pentru acțiunile intenționate ale provocatorilor. Așa s-a întâmplat, de exemplu, în orașul azerbaidjan Sumgait, în martie 1988. Protestul de masă împotriva posibilității de a transfera Nagorno-Karabah-ul în competența administrativă a republicii vecine (Armenia) a fost pregătit și s-a desfășurat cu participarea autorităților orășenești, însă fără știrea celor mai mari șefi. Președintele Consiliului municipal, un bărbat tânăr, în capul căruia ulterior s-au spart multe oale, a luat, în general, o decizie adecvată, conducând manifestația și străduindu-se să țină sub un control „civilizat" comportamentul mulțimii.

Un grup de huligani (mulți dintre aceștia se aflau sub influența drogurilor) s-a desprins de mulțime și a dat buzna în apartamentele locuite de familii de armeni (verificând după listele întocmite anterior); au început să-i violeze și să-i ucidă, având și susținerea binevoitoare a celor care asistau. Un tânăr care a reușit să supraviețuiască celor trei zile de haos și genocid și apoi a luptat în Nagorno-Karabah mi-a spus o frază extraordinară (o redau aproape textual): „Există ceva mai groaznic decât războiul și ceva mai de preț decât viața. Măcelul e mai groaznic decât războiul, iar demnitatea umană e mai de preț decât viața." Acest muncitor vrednic, tinichigiu din tată-n fiu, cu școală la seral, nu se deda niciodată la zămislirea aforismelor: așa ceva nici c-ai putea scorni în liniștea biroului...

Mult mai diversificate sunt procedeele de influențare a mulțimii din exterior. Și din nou cel mai cunoscut dintre acestea e reorientarea atenției spre alt obiect. Voi menționa încă o dată că și în acest caz se recomandă, înainte de toate, orientarea atenției spre periferia mulțimii. O parte considerabilă a mulțimii poate fi distrasă printr-un ușor accident de mașină, printr-un joc popular în această societate, apelându-se la niște jucători meseriași sau prin împărțirea ori comercializarea ieftină a unor mărfuri deficitare. Astfel, o mulțime convențională sau

expresivă se va transforma în câteva mulțimi ocazionale (sau acaparatoare), lipsind nucleul de seva emoțională.

Voi prezenta un exemplu extraordinar pe care mi l-au relatat participanții la incident, ulterior cursanți la psihologie în cadrul Institutului de științe sociale. Cazul respectiv ne demonstrează pregnant specificul mulțimii ca atare, spre deosebire de grupul organizat.

Partidul Comunist din Turcia fusese scos în afara legii și se afla în semilegalitate, deranjând puternic nu numai organele de stat ci și diverse organizații naționaliste, fasciste sau fanatici religioși. În 1969, a avut loc un nou val de isterie anticomunistă: o gloată de fanatici, în bătaia tobelor și cu strigăte de „Allah akbar!", au început asediul clădirii în care se afla comitetul de partid. S-a încins o luptă cu pietre și cocteiluri Molotov (sticle cu amestecuri incendiare). Forțele erau inegale și apărătorii imobilului erau în pericol de a fi uciși.

Pe neașteptate, în toiul luptei, pe stradă și-au făcut apariția patru tinere americance îmbrăcate în fuste mini. Respectiva modă se răspândise în Anglia și în SUA, însă în Ankara încă nu se văzuse așa ceva. Cursanții mei mi-au demonstrat cu lux de amănunte cum, la început, cei care îi țineau sub asediu și-au întors doar capul – apoi s-au întors cu totul ca să savureze priveliștea de neuitat și în cele din urmă cea mai mare parte dintre aceștia au pornit în urma fetelor. Pe piață au rămas câteva zeci de oameni (nucleul) care au fost dispersați cu ușurință.

Îmi amintesc că analizarea detaliilor acestui incident ne-a captivat atât de mult, încât nu mi-a trecut prin minte să întreb care a fost soarta acelor fete temerare. Nu cred, totuși, că li s-ar fi putut întâmpla ceva. Poliția, destul de calmă atunci când era vorba de adversarii politici, probabil că de data asta a fost mai vigilentă: nu le prea convenea să se pună rău cu autoritățile americane.

De fapt, acest incident ar fi fost mai potrivit să fie servit drept exemplu în cazul transformărilor spontane ale mulțimii – „ieșirea pe scenă" a fustelor mini, absolut întâmplător, a fost atât de bine venită, deși nimeni nu o planificase din timp. Am relatat-o însă aici pentru că ne demonstrează cât se poate de ilustrativ posibilitatea potențială de a dirija o mulțime prin intermediul periferiei.

...În 1974, un grup de militari portughezi au organizat o lovitură de stat, izbăvind țara de regimul de dreapta, de mulți ani, al lui A. Salazar – M. Cajetan. S-a dat undă verde activității partidelor de stânga, mai ales partidului comunist, un partid dur și intrasigent, care anterior funcționase într-o profundă ilegalitate. Dispoziția maselor începuse să se radicalizeze. Colectivele muncitorești erau în fierbere, iar discuțiile despre „revoluția socialistă" și „dictatura proletariatului" au început să prindă sens. Pe de o parte, toate acestea erau resimțite ca niște speranțe nemărginite, iar pe de altă parte, trezeau neliniște atât în țară cât și în străinătate(vă reamintesc că Portugalia este membră NATO). Se cereau măsuri urgente de susținere a noii puteri și, printre altele, s-au derulat cursuri intensive „de ridicare a calificării" printre forțele de ordine.

Și iată o întâmplare de la un miting agitat al muncitorilor greviști din Lisabona. Oratorii plini de energie „înfierbântă" mulțimea, care scandează cele mai radicale lozinci, iar desfășurarea de mai departe a evenimentelor este imprevizibilă. Greviștii sunt înconjurați cu un lanț de polițiști care încearcă, atât cât e posibil, să evite excesele. Din lanțul de polițiști se îndepărtează unul, ținând în mână un tranzistor la care era transmis un reportaj, direct de la meciul dintre două echipe populare de fotbal: „Porto" și „Lisabona". Peste un minut, sute de oameni pe fața cărora se putea citi doar cu o clipă în urmă sfânta indignare și disponibilitatea pentru cele mai hotărâte acțiuni, l-au asaltat pe ofițer cu întrebări: „Care-i scorul? Cine câștigă?" S-au mai creat câteva focare de acest gen și în zadar

oratorii s-au străduit să capteze atenţia mulţimii prin chemările lor pline de patimă.

Apropo, aici s-a recurs la un procedeu deja perfecţionat de influenţare negativă a mitingurilor şi demonstraţiilor, chiar şi a celor autorizate, dar nedorite de autorităţi. În depărtare sunt instalate automobile cu megafoane prin care se transmit reportaje de fotbal, concerte ale artiştilor populari etc.

Iată de ce consultanţii le atrag atenţia organizatorilor de manifestaţii în masă ca acestea să nu coincidă în timp cu alte evenimente captivante pentru mase. Se recomandă, de asemenea, să se ia unele măsuri vizând necesităţile mulţimii: sucuri, răcoritoare, locuri unde să se adăpostească în caz de ploaie, arşiţă etc. În caz contrar, comportamentul mulţimii poate deveni imprevizibil şi se poate declanşa o panică cu consecinţe tragice din cauza unor factori nesemnificativi cum ar fi, de exemplu, o ploaie torenţială neaşteptată.

În afară de toate acestea, adversarii politici, folosindu-se de „nişa ecologică" – lipsă, vor încerca s-o completeze cum ştiu ei mai bine distrăgând atenţia celor adunaţi, în cel mai rău caz prin distribuirea unor băuturi „fierbinţi" în loc de răcoritoare etc. La elaborarea unui scenariu este important să cunoaşteţi şi prognoza vremii şi, dacă e posibil, să consultaţi şi sinopticienii.

Din acest punct de vedere, un scenariu-model a fost elaborat în cadrul mitingului de susţinere a patronilor canalului de televiziune NTV pe 31 martie 2001. În colaborare cu sinopticienii, organizatorii au programat mitingul în prima duminică însorită a anului şi în cea mai aglomerată piaţă din Moscova – Piaţa Puşkin. Pe scenă au fost invitaţi actori şi moderatori TV populari. În oraşele învecinate cu Moscova s-a făcut multă publicitate printre studenţi şi elevii din clasele superioare, cărora li s-a achitat transportul până în capitală (cum s-a întâmplat acest lucru mi-au povestit chiar elevii din Kaluga).

Toate acestea erau însoțite de metode subliminale de influențare a psihicului. Despre acestea vom vorbi în cadrul ultimei lecții. Voi aminti doar că în colțul stâng al ecranului era prezent nonstop logo-ul „Susținem NTV astăzi", iar înainte de fiecare calup publicitar licărea inscripția: „Le mulțumim telespectatorilor pentru susținere".

În consecință, mii de oameni au venit special pentru miting, reacționând la o campanie inteligentă. Și mai mulți oameni care se plimbau în acea duminică frumoasă pe strada Tverskaia au trecut și ei să-i vadă pe cunoscuții artiști și show-man-i. Ulterior, o prezentatoare TV relata entuziasmată pe micul ecran: „Cincisprezece mii de oameni, lăsând la o parte treburile, au venit pe piață pentru a apăra libertatea cuvântului în Rusia". Personal, mă interesează de ce, luând în considerație toate aceste „dificultăți" ale organizatorilor, numărul celor prezenți nu a fost mai mare...

La mitingul din Piața Pușkin totul a fost organizat impecabil. Dar pentru faptul că nu s-a întâmplat o tragedie serioasă cu un an și jumătate în urmă, la celebrarea a 850 de ani ai Moscovei, trebuie să-I mulțumim poate doar Domnului Dumnezeului nostru, Atotputernic și Atotțiitor. Am în vedere show-ul grandios al unui muzician francez în piața din fața Universității de Stat din Moscova.

O publicitate agresivă fusese lansată cu o săptămână înaintea evenimentului: în ziare, la radio și televiziune erau anunțate clipele unice ale concertului. Se părea că unica îndatorire a organizatorilor era să adune cât mai multă lume în piață. Acest lucru le-a reușit. S-au adunat mai mulți curioși decât puteau să încapă pe piață; bineînțeles că a început îmbulzeala. S-a văzut clar că în acest caz informația, mijloacele de transport, măsurile de protecție a mulțimii convenționale și scenariul de evacuare erau insuficiente. Oamenii care stătuseră câteva ore bune în picioare au fost mai apoi nevoiți să parcurgă pe jos câțiva kilometri.

Unii dintre studenții mei care, deși fuseseră preveniți, au mers totuși la concert, povesteau că în piață, și mai târziu pe străzile ticsite de oameni, injuriile și blestemele erau cuvinte de ordine. Bineînțeles că emoțiile negative le-au acoperit pe cele pozitive. Oamenii înrăiți nu-și dădeau seama că sunt norocoși că au scăpat de o soartă mult mai crudă. Dacă ceea ce se prezenta pe scenă ar fi fost într-adevăr ceva ieșit din comun, exista o probabilitate foarte mare ca mulțimea convențională să se transforme în una acaparatoare (unii și așa n-au putut să vadă nimic), agresivă sau panicată, iar consecințele ar fi fost mult mai deplorabile...

În 1990, la capătul unei campanii antialcoolice care deja falimentase, în Celeabinsk s-a declanșat o „revoltă a vinului": bărbații disperați că nu mai pot găsi alcool au început să facă scandaluri pe străzi și să devasteze magazine. Trei zile la rând, mulțimea se aduna în orele de după masă și se deda la scandaluri până dimineața. Din fericire, încă nu fusese semnalate jertfe omenești, dar venind în oraș, când urmele celor întâmplate erau încă proaspete, am observat vitrine sparte și tejghele vandalizate. Am văzut și un filmuleț făcut de un amator îndrăzneț de pe acoperișul unui bloc, film în care se vedeau cât se poate de clar contururile periculoase ale situației.

Trebuie să menționez că miliția sovietică se afla în acea perioadă într-o situație disperată. Perestroika distrusese toate stereotipurile obișnuite ale societății totalitare și nici măcar juriștii profesioniști nu aveau o opinie clară despre măsurile ce trebuie aplicate și în ce cazuri prevăzute de lege; presa, care pentru prima dată în memoria generațiilor în viață căpătase o libertate nesperată, a început să se întreacă criticând tot ce se putea critica.

Cu câțiva ani în urmă s-ar fi găsit foarte repede ac de cojoc pentru acești „huligani", acum însă trebuia să fii atent ca să previi reacția negativă a jurnaliștilor și tot atât de imprevizibila reacție a șefilor de partid. Dezorientarea care

pusese stăpânire pe mințile milițienilor, ale kaghebiștilor și militarilor ducea de multe ori la paralizarea organelor de drept și dezmățul acțiunilor antisociale.

Organele de drept din Celeabinsk aveau urgent nevoie de o soluție operativă originală și aceasta a fost găsită în colaborare cu psihologii moscoviți (tratativele s-au derulat prin telefon). În recomandare se cerea să se găsească și să fie prezentat la televiziunea locală un thriller străin captivant, făcându-i-se o publicitate intensă pe tot parcursul derulării.

Studenții din ziua de azi cu greu pot înțelege farmecul unei asemenea soluții. Pentru aceasta ar fi bine să-și amintească de ascetismul televiziunii sovietice, la care priveliștea cea mai erotică ținea de patinajul artistic, iar cea mai dinamică era un meci de fotbal din campionatul intern. Câțiva din „barosanii" acelor timpuri aveau deja aparate video și exista chiar și o rețea ilegală de casete video. Bineînțeles că miliția îi cunoștea pe mai-marii afacerilor din economia subterană și operația a decurs cât se poate de rapid. În a patra zi de la începerea tulburărilor de masă, când a debutat în oraș o vastă campanie publicitară și a și început la televiziunea locală rularea în serie a unui thriller erotic, mulțimea dispăruse de pe străzi.

Specialiștii în drept vă pot indica ce legi și acorduri internaționale (drepturi de autor, proprietate intelectuală) au fost încălcate în cazul respectiv. Cred însă că vor fi cu toții de acord: mult mai important a fost faptul că s-au evitat escaladarea ulterioară a procesului, noi distrugeri și posibilele jertfe omenești.

Unul din complexele procedee de influențare a unei mulțimi în acțiune este legat de utilizarea ritmului. S-a demonstrat că o mulțime în acțiune este aritmică, spre deosebire de una expresivă, iată de ce un puternic sunet ritmat contribuie la respectiva transformare.

La sfârșitul anilor '70 un ziar sovietic relata într-o rubrică ironic intitulată „Moravurile lor" că în Republica Sud-Africană

a fost inventat „tancul muzical". Am aflat de la cursanţii din RSA că, într-adevăr, era vorba de un tanc, adaptat special pentru lupta împotriva tulburărilor de stradă. În locul tunului adevărat fusese instalate tunuri care „împuşcau" cu un puternic jet de apă rece, iar în loc de mitralieră fusese instalate nişte boxe puternice care „împuşcau" în toate părţile cu muzică ritmată la volum maxim. Sub influenţa sunetelor, oamenii încep involuntar să se mişte în tact şi mulţimea se transformă din agresivă în extatică. Energia furiei se pierde în dans, evitând astfel o finalizare nefericită.

Invenţia africană nu a apărut, desigur, din senin. Psihologii studiază de mult timp influenţa uluitoare a ritmului asupra mulţimii, iar drept punct de plecare pentru acest studiu a servit amintita deja istorie a dansului Sfântului Vitta. Se consideră că dacă mulţimea a fost „agăţată de ritm" ea poate fi ţinută aşa cât se poate de mult: atât timp cât muzica răsună, oamenii care se află sub influenţa ei nu sunt în stare să se debaraseze, din proprie iniţiativă, de aceste farmece (de aici, probabil, şi poveştile populare despre armonica fermecată şi flautul-minune). În cazul tulburărilor de stradă nu e recomandabil ca oamenii să fie sleiţi de puteri – unora le va ceda inima sau vor acuza alte dureri –, de cele mai multe ori obiectivul este doar de a câştiga timp.

Deja prin anii '60 ambasadele americane din multe state din lumea a treia aveau „la înarmare" boxe puternice şi înregistrări muzicale rock. Procedeul era utilizat pentru cazurile în care demonstraţiile antiamericane care treceau pe lângă ambasada americană se transformau într-o mulţime agresivă. Şi paza firmelor de lux, a supermarketurilor şi saloanelor are parte de o asemenea pregătire „muzical-artistică" atunci când sunt anunţate demonstraţii de masă. Se recomandă de a întâmpina mulţimea în marş cu bannere şi lozinci în rezonanţă cu dispoziţia mulţimii (Nu ne atingeţi! Suntem de-ai noştri!) şi cu o muzică relaxantă. Cu toate acestea, e bine să fie

pregătite şi înregistrările cu muzică rock în cazul în care provocatorii vor reuşi totuşi să asmută mulţimea asupra „bogătanilor"...

Trebuie să menţionăm că pentru a influenţa diferite categorii de mulţimi sunt necesare diferite ritmuri. După cum am observat, ritmul alert al rock-ului, twist-ului sau shake-ului contribuie la transformarea unei mulţimi agresive într-una expresivă. Asupra mulţimii cuprinse de panică se va acţiona cu alt tip de ritm, despre acest lucru vom vorbi în continuare.

La sfârşitul acestei lecţii vă voi vorbi despre încă un procedeu de contracarare a agresiunii în masă. Cum am subliniat anterior, în mulţime individul îşi pierde senzaţia de individualitate, se simte anonim şi deci liber de toate responsabilităţile impuse de societate. Sentimentul entuziasmant că totul e permis şi că nimeni nu te va pedepsi pentru ceea ce faci constituie o condiţie importantă a acţiunilor în masă. Această convenţie poate fi distrusă prin procedeele *deanonimizării*.

Unii dintre autorii americani propun chiar un astfel de procedeu: prin mulţime mişună tipi posaci cu aparate foto sau cu blocnotesuri şi îi fixează făţiş pe cei mai activi dintre indivizi. Într-o etapă timpurie de constituire a unei mulţimi, acest procedeu poate că îi va face pe unii indivizi să se răzgândească şi va preveni acţiunile extremiste. Cu toate acestea, eu nu l-am recomandat niciodată, considerându-l prea periculos pentru sănătatea şi viaţa agenţilor.

În prezent, deanonimizarea se face cu procedee mult mai sigure. Pe acoperişurile blocurilor din apropiere se montează camere video care să poată fi observate uşor sau (şi) se trimit echipe mobile de telereporteri. Acţiunile demonstrative ale acestora (cu căi verificate de a se salva în caz de pericol) contribuie la redarea identităţii indivizilor din mulţime şi, respectiv, la diminuarea efectului colectiv.

În lecţiile ulterioare vom reveni asupra problemelor discutate şi vom analiza o varietate de procedee suplimentare de comportament şi transformări ale mulţimii.

TEME PENTRU LECŢIA 2

1. Ce reprezintă noţiunea de „mulţime"?
2. Caracterizaţi mecanismele fundamentale de constituire a mulţimii. Prin ce se deosebeşte vertijul emoţional de comunicare?
3. Enumeraţi, caracterizaţi şi ilustraţi prin exemple personale categoriile mulţimii. Care este caracteristica de bază a acesteia?
4. Pe ce se bazează dirijarea comportamentului mulţimii şi ce procedee de dirijare cunoaşteţi?

LITERATURĂ SUPLIMENTARĂ

1. Velder R., K voprosu o fenomene podsoznatelnoi agressivnosti (Despre fenomenul agresiunii subconştiente); Obşcestvennîe nauki i sovremennost (Ştiinţele sociale şi contemporaneitatea). 1993. nr. 3-4.
2. Huggenbull A., Zloveşcee ociarovanie nasilia. Profilaktika detskoi agressivnosti i jestokosti i borba s nimi (Farmecul funest al violenţei. Profilaxia agresivităţii şi cruzimii infantile şi lupta împotriva lor) .SPb., 2000.
3. Le Bon G., Psihologia narodov i mass (Psihologia maselor). SPb., 1995.
4. Lorenz K., Agressia (tak nazîvaemoe „zlo") (Agresiunea – aşa-zisul „rău"). M., 1994.
5. Mirtov Iu.N., Besporeadki na stadione: popîtki naucinogo podhoda k probleme (Haosul pe stadion: încercări de abordare ştiinţifică a problemei); Teoria i praktika fiziceskoi kulturî (Teoria şi practica educaţiei fizice). 1988, nr.2.

6. Moskovici S., Vek tolp (Secolul gloatelor).M.,1996.
7. Nazaretean A.P., Agressia, morali i krizisî v razviti mirovoi kulturî (Agresiunea, morala şi crizele în dezvoltarea culturii mondiale). M., 1996.
8. Nazaretean A.P., Ţivilizaţionnîe krizisî v kontekste Universalnoi istorii. (Sinergetika, psihologia i futurologia) (Crizele civilizaţioniste în contextul Istoriei Universale. Sinergetica, psihologia şi futurologia). M., 2001.
9. Nazaretean A.P., Psihologia predkrizisnogo soţialnogo razvitia (Psihologia evoluţiei sociale în antecriză); Psihologiceskii jurnal (Revista de psihologie). 2000. Vol.21, nr.1.
10. O'Henry, Comedia curiozităţii.
11. Revoliuţionnîi nevroz (Nevroza revoluţionară)/Sost. A.K. Bokovikov (Antologie de A.K.Bokovikov). M., 1998.
12. Freud S., Ich und Es (Eul şi sinele).
13. Davis J., Toward a theory of revolution. In: Studies in social movements. A social psychological perspective. N.Y., 1969.
14. Smelzer N.H., Theory of collective behavior, N.Y., 1962.
15. Toch M., Collective behavior: crowds and social movements. In: Handbook of social psychology. Vol.4. London, 1968-69.
16. Turner R.N., Killian L.M., Collective behavior, New Jersey, 1972.

Lecţia 3

Panica în masă: factori şi mecanisme

Panica e tot atât de veche ca şi istoria.
A.S. Pranghişvili
La un moment dat, oamenii care nu s-au dovedit a fi la înălţimea situaţiei transformă pericolul în catastrofă. Pericolul se află în ei înşişi.
David Lloyd-George
Praemonitus praemunitus
(Cel prevenit este înarmat)
Proverb latin

Panica individuală şi în masă

Conform clasificaţiei prezentate anterior, mulţimea panicată reprezintă o subcategorie a mulţimii active (împreună cu alte subcategorii: agresivă, acaparatoare şi rebelă). Experienţa ne arată că această subcategorie este cea mai periculoasă dintre toate. După numărul de jertfe omeneşti, panica în masă, de obicei, depăşeşte cu mult mulţimea agresivă şi nu-i cedează nici la capitolul consecinţe.

Din cauza importanţei sale şi a pericolului social, panica în masă deseori este percepută ca „un produs special" şi studierii sale i se rezervă o atenţie mult mai mare decât celorlalte categorii.

Cuvântul „panică" provine de la numele lui Pan, zeul grecesc al păstorilor. Ei erau deseori martori la comportamentul straniu al turmelor de oi sau capre: acestea, din cauze absolut nesemnificative, ieşind total de sub control, se aruncau în apă, foc sau una câte una se aruncau în prăpastie.

Iată cum descria un astfel de comportament cunoscutul biolog A. Breme: „Fiecare zgomot suspect pune în gardă toată turma. Fulgerul, tunetul, furtuna şi vremea rea lipsesc turma de posibilităţile unui comportament normal; turma înnebunită se împrăştie prin stepă, oile cad în apă, în foc sau înţepenesc locului. În acest răstimp sunt acoperite de zăpadă, udate de ploaie, îngheaţă, pier de foame, dar nu fac nici un efort pentru a se adăposti sau a-şi căuta hrană. Astfel, pier aiurea nu una sau două, ci mii de animale".

Păstorii explicau acest fenomen demonic prin mânia lui Pan; în toate reprezentările acestuia, chiar şi în pictura mişcării Art Nouveau (M.A.Vrubel ş.a.) sunt prezente detalii care provoacă teamă.

Ulterior „împuternicirile" lui Pan s-au extins considerabil: acesta a devenit zeu al războiului, căruia i se închina toată Grecia. Legătura logică dintre munca paşnică a păstorilor şi activitatea militară pare stranie dacă nu ne vom aminti de particularităţile bătăliilor de atunci în comparaţie cu cele ale perioadei moderne.

Dezvoltarea ulterioară a tehnicii a asigurat posibilitatea unei retrageri organizate, când între unităţile care se retrăgeau şi inamic se păstra o anumită distanţă, iar părăsirea câmpului de luptă (cu trecerea pe poziţiile de rezervă ş.a.m.d.) nu era numaidecât una haotică. În antichitate însă, după cum ne spun istoricii militari, oştenii se luptau „ la o lungime de suliţă sau cuţit". De obicei, una din părţi, nemaiputând face faţă luptei, o lua îngrozită la fugă şi era urmărită şi ucisă de adversarul triumfător.

Herodot ne spune că recunoaşterea lui Pan ca zeu al războiului şi faptul că i s-a conferit acestuia un statut „al întregii naţiuni" sunt legate de victoria grecilor în lupta de la Marathon, atunci când inamicii lor, perşii, au fost cuprinşi de o panică nebună. Cunoscutul sol Phidopos, trimis în Sparta, povestea că pe drum l-a întâlnit pe Pan în persoană şi că acesta i-a poruncit

să-i întrebe pe atenieni de ce nu nu îl cinstesc îndeajuns, el fiind atât de milos cu aceştia şi fiind dispus să-i ajute şi în viitor. După încheierea victorioasă a războiului, atenienii i-au ridicat un altar lui Pan la poalele cetăţuiei Acropole şi, în fiecare an, însoţiţi de alaiuri cu torţe, îi aduceau jertfe...

Aşadar, termenul de „panică" presupune, din punct de vedere etimologic, caracterul de masă al fenomenului. În limbile contemporane, acestă etimologie este puţin înţeleasă şi cel puţin în psihologie se face o diferenţă între panica în masă şi cea individuală.

De altfel, panica în masă nu coincide întotdeauna cu o formă a mulţimii panicate. Panica în masă se poate prezenta sub forma unui sentiment de fatalitate sau paralizie a voinţei, atunci când o masă de oameni nu este capabilă să acţioneze decisiv într-o situaţie critică şi renunţă la a mai căuta soluţii independente.

Dispoziţia dominantă în societate poate, de asemenea, fără a lua forme extreme, să se soldeze cu o degradare accentuată a stării psihosomatice, cu o descreştere economică, cu o diminuare puternică a speranţei de viaţă, a natalităţii şi, ca urmare, cu procese de depopulare.

Medicul şi sociologul I.A. Gundarov, comparând diverse date statistice, a demonstrat destul de convingător că fenomenele respective din Rusia anilor '90 au fost generate nu de factorii economici, aşa cum se credea, ci de cei spirituali. Ulterior, sintetizând datele şi pentru alte ţări, acesta a formulat „legea determinării spirituale a sănătăţii", lege care ajută la o mai bună înţelegere a multor fenomene sociale tratate unilateral.

Se pare că temerile sociale au însoţit întreaga istorie umană. Psihologii germani (A. Huggenbull ş.a.) clasifică aceste fenomene, alături de agresiunea socială, drept constante antropologice: obiectul şi sursele fricii sunt evaluate istoric, dar rolul lor specific în paleta emoţională a dispoziţiilor sociale

rămâne mai mult sau mai puțin constant. Respectiva concepție nu mi se pare lipsită de temei, deși necesită proceduri ulterioare de verificare, de precizări și analize. În speță, în cadrul acesteia capătă o altă rezonanță legea polarizării, formulată de A.P. Sorokin în timpul celui de-Al Doilea Război Mondial. La o acutizare periodică a temerilor maselor aceasta se echilibrează prin amplificarea polului opus: dispozițiile și speranțele optimiste devin solicitări sociale (vom reveni asupra acestei legi la lecția următoare).

De exemplu, Europa evului mediu târziu, care suportase o îndelungată criză ecologică, fusese invadată de catastrofe reale și spaime iraționale: oamenii se temeau îngrozitor de venirea sfârșitului lumii, de străini, de cei care aveau altă credință decât a lor, de femeile frumoase (erau considerate vrăjitoare), de bătrânele pocite etc. Drept compensare psihologică pentru astfel de dispoziții au servit ideile umanismului și progresului care începuseră în acea perioadă să se răspândească prin Europa și care, alături de reforma Bisericii, au schimbat radical gândirea europenilor, pregătind astfel premisele pentru salvatoarea revoluție industrială.

Stările de panică sunt de multe ori induse de spaimele *nevrotice*, adică de spaime inadecvate pericolului ca atare și care sunt mai degrabă simptome ale unei maladii interioare. Acest detaliu este atât de caracteristic încât unii autori definesc panica astfel: „groază generată de un pericol *aparent*". Astfel de definiții sunt, probabil, ușor exagerate – panica poate fi indusă și de un pericol absolut real –, în continuare ne vom convinge că într-adevăr factorul decisiv al panicii este aproape întotdeauna starea psihică a subiectului (a individului, societății, grupului sau mulțimii).

Pe de o parte, panica se poate declanșa fără nici un pericol din exterior și în majoritatea cazurilor este exagerată în raport cu pericolul real. Pe de altă parte, nici un pericol din exterior nu este suficient în sine pentru declanșarea panicii,

„Chiar şi atunci când panica este declanşată de un pericol extraordinar de mare – scria A.S. Pranghişvili –, natura psihologică de suportare a groazei este principial aceeaşi ca şi în cazul panicii induse de un motiv nesemnificativ (în ultimul caz, aceste particularităţi sunt mai pronunţate), căci în cele din urmă orice pericol important şi real poate fi suportat şi fără a intra în panică. Deci şi o spaimă puternică, însoţită de panică şi în cazul unui pericol real, poate fi considerată un fenomen secundar".

La modul cel mai general posibil putem defini acest fenomen în felul următor:

Panica *reprezintă o stare de groază însoţită de o diminuare considerabilă a autocontrolului volitiv.*

Rezultatul acesteia este sau stupoarea, sau ceea ce E. Krecimer numea „vârtejul mişcării", „reacţia hipobulică",adică dezorganizarea acţiunilor planificate. Comportamentul într-o situaţie de conflict interior devine *antivolitiv;* necesităţile primitive, legate direct sau indirect cu instinctul de autoconservare fizică, vor reprima necesităţile legate de autoevaluare.

Definiţia prezentată cuprinde toate formele panicii colective şi individuale multe alte caracteristici despre care vom vorbi în continuare sunt, de asemenea, valabile atât pentru panica individuală cât şi pentru cea colectivă. Tema noastră de studiu este, totuşi, comportamentul de masă, de aceea voi sublinia de la bun început că în unele cazuri, deşi destul de rar, o mulţime panicată se constituie din simpla adunare a unor oameni speriaţi.

Aşa s-a întâmplat, de exemplu, pe 30 octombrie 1938 în California, în timpul transmiterii spectacolului radiofonic „Războiul lumilor", după romanul lui H. Wells în care, conform scenariului, îngrozitorii marţieni-vampiri, aterizând pe Pământ, încep să decimeze omenirea. Ce-i drept, evenimentele principale au fost transferate din Anglia în America. Transmisiunea a fost organizată astfel încât ascultătorii aveau

impresia că e vorba de un reportaj în direct. Planificarea şi propagarea impresiei de groază au fost executate cu multă măiestrie; se amintea, printre altele, că şi guvernul SUA este cuprins de panică etc. În consecinţă, mulţi au perceput spectacolul ca pe ceva real, şi-au abandonat casele şi agoniseala şi au ieşit în fugă pe străzi, formând din mii de oameni o mulţime panicată. La un astfel de „succes", autorii spectacolului chiar nu se aşteptau...

Întâmplarea relatată a avut loc în ajunul celui de-al doilea Război Mondial, când atmosfera generală de aşteptare a tragediei se răspândise până şi în America. Această observaţie ne apropie şi mai mult de următorul punct al discuţiei noastre.

FACTORII DECLANŞĂRII PANICII ÎN MASĂ

S-a reuşit evidenţierea a patru complexe de factori (li se poate spune altfel condiţii sau premise) pentru transformarea unui grup mai mult sau mai puţin organizat într-o mulţime panicată.

1. *Factorii sociali* – tensiunile din societate provocate de dezastrele (care au avut loc sau sunt aşteptate) naturale, economice sau politice. Poate fi vorba de un seism, inundaţie, epidemie, o insuficienţă reală sau imaginară de produse alimentare, schimbarea bruscă a cursului valutar, o lovitură de stat, izbucnirea sau purtarea anevoioasă a unui război etc. Uneori tensiunile sunt condiţionate de amintirea unei tragedii şi (sau) premoniţia unei viitoare tragedii, apropierea căreia se face resimţită după unele simptome prealabile.

Nu întâmplător am amintit de faptul că panica din California a avut loc în ajunul războiului mondial. De altfel, şi viaţa din Europa Occidentală avea parte din abundenţă de astfel de evenimente. După război, acest spectacol radiofonic a fost reluat, în calitate de experiment, e drept, cam dur, în Ecuador şi Chile. Şi acolo s-au format mulţimi panicate, însă de proporţii

mai mici . În Ecuador, atunci când oamenii au aflat că totul nu e decât o „glumă", mulțimea panicată s-a transformat într-una agresivă și a devastat stația radio.

Memoriile contemporanilor evenimentelor istorice de răscruce abundă în relatări despre panica ce se declanșa; parcă din senin în perioadele de tensiuni sociale generale. Astfel, istoricii francezi O. Cabanis și L. Nasse, în cartea „Nevroza revoluționară", prezintă o mulțime de mărturii caracteristice referitoare la perioada „Marii terori" care cuprinsese orașele și satele țării în anii Marii Revoluții Franceze. „Era de ajuns ca o fată care se întorcea seara de la câmp să întâlnească vreo două persoane necunoscute ca tot satul să-și caute salvarea în cea mai apropiată pădure, abandonându-și casele și agoniseala la voia întâmplării. Altă dată, drept motiv pentru exodul general servea un stâlp de praf ridicat de o diligență în trecere".

Tensiunea socială ca premisă pentru panică este uneori folosită „meseriaș" de către afaceriști. Un politician indian mi-a povestit un episod aproape amuzant din cariera sa. În orășelul în care locuia și muncea erau periodic inundați de un râu care își ieșea din albie și rupea digul artificial; de fiecare dată acest lucru le crea mari neplăceri orășenilor și inducea stări de nervozitate. La un timp după ultima inundație prin orășel s-a răspândit zvonul că digul a fost spart din nou. A început panica: oamenii și-au abandonat casele și s-au refugiat în partea de sus a orașului, unde apa nu ajungea și unde se afla și casa viitorului meu interlocutor. Acesta, aflând despre cauza spaimei, le-a spus refugiaților că s-a întors cu o oră în urmă din locul cu pricina, unde, conform zvonurilor, ar fi fost făcută o breșă în dig.

Trăgându-și sufletul, mii de oameni s-au oprit locului, unii au intrat în ospeție la stăpânul casei, umplând casa și împrejurimile. S-a încins o nesfârșită discuție în stil indian despre Dumnezeu, despre suflet și despre nimic, iar legea ospitalității orientale nu permitea să te arăți nemulțămit de o asemenea invazie de oaspeți. În sfârșit, amfitrionului îi

veni o idee. „Cel puțin, ați încuiat ușile când ați părăsit casele?" – îi întrebă acesta. „Nu le-ați încuiat? Dar vă imaginați ce fac acum în oraș cei care au răspândit acest zvon mincinos?"

Noul zvon, precum că în casele abandonate în pripă își fac de cap hoții, s-a răspândit instantaneu printre oameni și din nou mulțimea panicată s-a îndreptat buluc spre celălalt capăt al orașului.

Interlocutorul meu nici nu-și imagina că bănuiala sa și zvonul desprins din aceasta sunt adevărate. Un grup de hoți șmecheri a fost prins în flagrant, iar politicianul și-a câștigat printre concetățeni reputația unui om foarte inteligent, ceea ce i-a fost de mare folos în alegerile apropiate...

2. *Factorii fiziologici*: oboseala, foamea, privarea îndelungată de somn, starea de ebrietate sau influența drogurilor diminuează nivelul autocontrolului individual, ceea ce, în cazul unei aglomerări mari de persoane, se poate solda cu consecințe nefaste.

În cadrul organizării manifestațiilor în masă, tragerea de timp și atitudinea indiferentă a organizatorilor față de comercializarea și consumul băuturilor alcoolice sunt considerate greșeli tipice. În condițiile tensiunilor sociale, arșiță sau frig etc., aceste erori amplifică posibilitatea de instaurare a panicii ca, de altfel, și a altor transformări ale mulțimii.

3. *Factori psihologici generali* – inoportunitate, uimire, spaimă, generate de insuficiența informațiilor despre posibilele pericole și procedeele de contracarare a acestora.

În toiul războiului de partizani din Nicaragua (pe la mijlocul anilor '70) trupele guvernamentale au început a utiliza pentru prima oară gloanțele trasoare. Totul fusese atât de neașteptat și neobișnuit încât în câteva ciocniri detașamentele călite de partizani s-au panicat și au luat-o la fugă. Șocul psihic inițial a fost redus la zero numai după ce partizanilor li s-a explicat mecanismul de funcționare a acestui tip de armament, avantajele și neajunsurile lui.

Sunt cunoscute cazuri când panica printre manifestanți s-a declanșat din cauza faptului că mulți dintre aceștia nu aveau o imagine clară despre situația politică și statutul manifestației. De exemplu, oamenii credeau că manifestația fusese autorizată de către autorități și apariția pe străzi a polițiștilor cu reteveie i-a luat prin surprindere, șocându-i. Sau, dimpotrivă, unii dintre manifestanți nu știau că acțiunea este autorizată și reacționau neadecvat față de polițiști. Au existat episoade (despre care voi vorbi în continuare) când acțiunile imprevizibile ale unui grup mic dar bine organizat al adversarilor politici au generat dezorientare și panică în rândurile unei demonstrații de mii de oameni.

4. *Factori ideologici și sociopsihologici*: lipsa unui obiectiv clar și important, a unor lideri eficienți care să se bucure de încrederea generală și, respectiv, un nivel scăzut al coeziunii de grup.

Cercetătorii panicii în masă au căzut de acord asupra faptului că anume acești factori au o importanță prioritară față de factorii precedenți. Ca o ilustrare curioasă a celor spuse ne poate servi un experiment de laborator în care a fost utilizată metoda modificată a homeostatului, foarte bine cunoscută psihologilor sociali.

Într-o sticlă mare și incoloră erau introduse două obiecte sub formă de con legate cu frânghii; celălalt capăt al frânghiilor era ținut în mâini de către participanții la experiment. Ca dimensiune, fiecare dintre conuri putea trece de gâtul sticlei, nu însă și împreună. Pe fundul vasului se mai afla o nișă prin care pătrundea apa și, bineînțeles, că nivelul acesteia creștea.

Scopul participanților la experiment era să scoată uscate conurile din vas. Lucru pentru care primeau 20 de dolari. Cel care va avea conul ud va trebui el însuși să achite 10 dolari. Astfel, „pericolul" era cotat la treizeci de dolari (să primești douăzeci sau să pierzi zece). Participanții aveau posibilitatea să se înțeleagă din timp asupra unor acțiuni concertate.

Atunci când în laborator era invitat un grup unit cu o structură bine definită, cu încredere reciprocă şi o conducere eficientă, toţi se achitau uşor de sarcina pusă. Grupurile constituite la întâmplare (dacă nu se găsea un lider abil) şi colectivele cu conflicte interioare întâmpinau dificultăţi.

Cei care trebuiau să acţioneze ultimii începeau să se enerveze, nu se concentrau şi îi împiedicau pe cei dintâi (psihologii numesc acest lucru reflex ideomotor). Nervozitatea lor se transmitea celorlalţi, toţi se agitau, se învinuiau reciproc; nivelul apei din vas creştea şi o dată cu acesta creştea şi teama de a pierde treizeci de dolari. Simptomele declanşării panicii se fixau vizual – şi după comportamentul agitat, ţipete, expresia feţelor – şi după indicii obiectivi: participanţilor la experiment le creştea tensiunea arterială, li se diminua reflexul piloerectil...

Respectivul experiment, pe autorii căruia nu-i poţi suspecta că nu au simţul umorului, demonstrează că pentru apariţia haosului şi panicii într-un grup slab integrat este suficient şi un pericol ridicol. În continuare, ne vom convinge nu o singură dată că pericolul poate fi unul imaginar sau, în orice caz, unul care nu poate fi nicidecum comparat cu comportamentul panicat rezultat.

Totodată, istoria războaielor, a revoluţiilor şi expediţiilor etc. ne oferă o mulţime de mărturii impresionante ale felului cum un colectiv unit de tovarăşi de idei a fost capabil, chiar şi în faţa unui pericol de moarte şi a extenuării totale, să păstreze o unitate de acţiune fără a arăta simptome ale panicii. A.S. Pranghişvili ne oferă un alt exemplu. „S-a demonstrat prin cercetări speciale – scria acesta – că membrii echipelor de medici, pompierii şi alte servicii care au drept scop acordarea de ajutor victimelor seismelor nu intră niciodată în panică".

Explicând o asemenea rezistenţă la stres nu putem, bineînţeles, să nu luăm în consideraţie capacităţile individuale ale salvatorilor sau luptătorilor: tipul de sistem nervos, endocrin ş.a. Dar din literatură, din experienţa personală şi din cea a

prietenilor mei, din cercetările mele psihologice pe parcursul mai multor ani, îmi este cunoscut faptul că oameni care suportă stoic cele mai înfiorătoare pericole, în particular, aflându-se câteodată în situații mult mai puțin traumatizante, fără actualizarea atitudinii de mobilizare și acțiune practică, își pierd calmul.

Vom reveni ulterior la această problemă, dar pentru început vă voi oferi câteva exemple din trecutul îndepărtat. Istoricii și-au exprimat nu o singură dată nedumerirea față de faptul că în noaptea Sfântului Bartolomeu temerarii hughenoți, baza celor mai capabile unități ale armatei franceze, le-au permis derbedeilor din Paris să-i înjunghie ca pe niște berbeci, fără a încerca măcar să se organizeze, să riposteze sau, în cele mai multe cazuri, să dea bir cu fugiții. Atmosfera psihologică a măcelului le-a paralizat voința, le-a insuflat dispoziția de fatalitate și atitudinea de jertfă.

Autorii cărții „Nevroza revoluționară" vorbesc despre o lipsă ciudată de voință arătată de revoluționarii francezi, cu ceva timp înainte atât de curajoși și hotărâți – girondinii, dantoniștii, Robespierre –, în situațiile în care ei înșiși au devenit dintr-o dată subiecți ai terorii revoluționare. „Când recitești paginile de istorie a revoluției ți se pare că acești oameni, creați pentru luptă, au suferit o cădere de puteri exact în acele clipe când ei aveau nevoie de aceste puteri înzecite: cu o docilitate uimitoare ei se lăsau, sleiți de puteri, duși la masacru".

Oare nu același lucru se întâmpla cu mulți dintre bolșevici, eroi ai Revoluției și Războiului civil, în atmosfera de frică atotcuprinzătoare și represiuni în masă însoțite de „înfierări ale întregului popor"?

Într-un astfel de moment, chiar și un om puternic e în stare să simtă o stupoare psihică, aidoma unui bizon agresat de o leoaică. Acest lucru îl avea în vedere tânărul din Sumgait (despre care am vorbit într-o lecție anterioară) când afirma că măcelul este mai groaznic decât războiul...

Structura şi dinamica necesităţilor umane este de o asemenea natură încât oamenii, pierzându-şi voinţa şi demnitatea, pot să degradeze într-o stare animală. Şi aceiaşi oameni, atunci când e vorba de ţeluri înălţătoare, sunt gata să-şi dea viaţa, să se arunce sub tancuri sau în foc. În acest caz, evaluarea din exterior a faptelor lor într-o situaţie extremă – drept eroice, criminale sau pur şi simplu prosteşti – depinde puternic de cât de mult concordă valorile individuale ale evaluatorului cu coordonatele valorice ale faptei evaluate.

MECANISMELE DE DEZVOLTARE ALE PANICII

Observaţiile şi descrierile multiplelor cazuri de panică în masă ne-au permis să sintetizăm un anumit scenariu „mediu".

Stimulentul şocant, foarte puternic şi repetându-se, generează spaimă, la început, unuia sau câtorva oameni. În mulţime, pragul de jos al agitării îl deţin, de obicei, femeile şi copiii, iar în situaţiile de luptă – soldaţii tineri şi lipsiţi de experienţă şi de botezul focului. Ei îşi trădează frica prin ţipete, de obicei, expresii simple („Arde!", „Tancurile!") sau interjecţii şi prin expresia feţelor şi mişcări stângace.

Aceşti oameni reprezintă sursa de la care se contaminează şi ceilalţi. Se declanşează o inducţie reciprocă şi amplificarea tensiunii emoţionale prin intermediul reacţiei circulare. Ulterior, dacă nu sunt luate măsurile necesare, mulţimea degradează definitiv, oamenii îşi pierd autocontrolul şi o iau la fugă panicaţi, o fugă care li se pare salvatoare dar care, de fapt, doar sporeşte pericolul.

Prezenţa în mulţime a femeilor şi copiilor (la salvarea prioritară a cărora nu se mai gândeşte nimeni) este de rău augur şi pentru că sunetele de înaltă frecvenţă – ţipetele femeilor sau ale copiilor – într-o situaţie stresantă acţionează în mod distructiv asupra psihicului. Din aceeaşi cauză, pentru

a contracara panica, individuală sau colectivă, se apelează la voci de bărbat, sunetul cărora are o frecvență mai joasă decât cele ale femeilor. Și dimpotrivă, urletele cavaleriei calmâce provoacă mult mai multă panică în rândurile inamicului decât bărbătescul „Ura!".

Voi apela la câteva observații, care vor corecta într-un fel scenariul „mediu" despre care am vorbit.

În foarte puține cazuri, atunci când stimulentul care șochează este deosebit de puternic, panica în masă se poate declanșa instantaneu, fără stadii intermediare. E ca și cum mulțimea, similară celei din cazul californian, devine o simplă sumă a unor oameni speriați de moarte, dar aici acționează un mecanism diferit. În aceste cazuri foarte rar întâlnite, contrar definiției lui Pranghișvili, panica încetează de a mai fi un fenomen „secundar" și devine în mod direct o reacție aproape mecanică la stimulent. Judecând după descrieri, exact acest lucru s-a întâmplat cu cei din Hiroșima care se aflau nu departe de locul exploziei atomice, dar care nu au fost atinși imediat de unda acesteia.

Situația inversă este mult mai tipică și mai importantă din punct de vedere practic. Atunci când oamenii așteaptă un eveniment groaznic, fiind necunoscute metodele de evitare a lui, un semnal pentru declanșarea panicii poate fi definirea verbală a evenimentului așteptat. Sau orice alt semn ridicat de imaginație până la nivelul unei surse de spaimă.

În Primul Război Mondial, nemții au început să folosească pe frontul de vest gazele – o armă îngrozitoare, în fața căreia era inutilă experiența ostașilor încercați, și priveliștea chinurilor înainte de moarte a acestora depășea tot ce se văzuse până acum. Utilizarea acestei arme a generat o puternică tensiune în trupele anglo-franceze. Sunt descrise un șir de întâmplări de pe front când soldații nu erau atacați cu gaze, dar cuiva i se părea ceva și urletul îngrozit „Gaze!" punea pe fugă batalioane întregi.

P.N. Simanski vorbește despre panica declanșată de un soldat speriat care strigase „Bombe!" și despre o brigadă de turci epuizați în lupte care au intrat într-o panică nebună crezând că spre ei vine cavaleria grecească, când, de fapt, caii artileriei lor se întorceau de la adăpat.

Un general german recunoștea în memoriile sale că a intrat în panică împreună cu unitățile militare și populația din cauza priveliștii soldaților ruși luați în prizonierat; panica s-a răspândit mult și în spatele frontului (toate acestea se întâmplaseră după niște lupte crâncene lângă lacul Miulensk, în Primul Război Mondial). În timpul procesiunii de înmormântare a victimelor unui bombardament în orașul francez Breche, o panică nemărginită i-a cuprins pe cei prezenți, care confundaseră o pasăre în zbor cu un avion inamic.

V.M. Behterev, bazându-se pe situații concrete, sublinia că „în teatre sau în alte locuri unde e prezentă multă lume e suficient ca cineva să rostească vocabula «incendiu» pentru a se declanșa o întreagă epidemie de spaimă și panică, acesta cuprinzând instantaneu toată mulțimea și având consecințe grave".

De exemple pe cât de ilustrative pe atât de tragice abundă și începutul Marelui Război pentru Apărarea Patriei (Al Doilea Război Mondial – *n.tr.*).Drept laitmotiv pentru propaganda de dinainte de război servea teza precum că Armata Roșie va purta război doar pe teritoriu străin, căci puterile capitaliste nu vor îndrăzni să ne atace: guvernele burgheze înțeleg doar că soldații lor, copii de țărani și muncitori, vor întoarce armele împotriva dușmanilor de clasă. Pe acest fond, ofensiva în forță a trupelor fasciste în primele săptămâni ale războiului a fost un adevărat șoc.

Extraordinar de eficiente s-au dovedit a fi acțiunile armatei de tancuri a generalului german H. Guderian. Tactica „sacului lui Guderian" consta în faptul că tranșeele adversarului erau încercuite iar soldații erau decimați; o astfel de perspectivă

ii distrugea psihologic pe ostașii care țineau piept atacului. Nemții foloseau din plin această tactică. Erau cazuri când aceștia scoteau de pe motociclete tobele de eșapament, imitând zgomotul tancurilor în mișcare, fapt ce crea o panică de nedescris. Această panică ce dezorganiza trupele a și servit ca prim motiv pentru crearea așa-ziselor detașamente de baraj din oameni ai NKVD-ului (ulterior devenit KGB – *n.tr.*) care aveau drept sarcină lichidarea celor care se retrăgeau fără ordin de pe câmpul de luptă..

(Sunt lucruri pe care mi le-au povestit tatăl meu și tovarășii săi de batalion. În mod intenționat, n-am verificat dacă ceea ce povesteau ei coincide cu istoriografia oficială; felul în care participanții la evenimente au reținut acele momente este important și pentru istorici și pentru psihologi...)

Și o ultimă observație, extrem de importantă în plan practic.

De obicei, imediat după impulsul care induce starea de șoc apare așa-zisul *moment psihologic*. Oamenii sunt perplecși, se află într-o stare de stupoare și sunt gata să reacționeze la primul impuls. Uneori reacția lor e paradoxală. De exemplu, conform mecanismului freudian al contrareacției, din cauza fricii, omul se poate arunca în fața pericolului fiind urmat și de ceilalți semeni.

Respectivul fenomen a fost descris cât se poate de pregnant într-un roman al lui A.S. Serafimovici. Cavaleria cazacilor, cu săbiile scoase din teacă, a pornit într-o noapte la un atac neașteptat asupra unui convoi fără de apărare în care se aflau doar femei, copii, bătrâni și răniți; moartea lor era inevitabilă. Oamenii au înțepenit locului, în așteptare.

Dintr-o dată „marea tăcere, umplută de un tropot surd, a fost sfâșiată de țipătul unei mame. Ea și-a înhățat copilul, ultimul care îi mai rămăsese și, strângându-l la piept, s-a aruncat în întâmpinarea iureșului de zgomote care se auzea din ce în ce mai tare.

– Moar-tea!.. moar-tea! ...moar-tea vine!

Ţipătul a fost preluat, ca o molimă, de zeci de mii de oameni:

– Moar-tea!... Moar-tea!...

Şi mulţimea de oameni, atâţia câţi erau, au înşfăcat ce le-a ieşit în cale – care o nuia, care un braţ de fân, care o arcă de înhămat, care un camizol, nişte vrejuri, răniţii şi-au luat cârjele şi toţi, înnebuniţi de frică, învârtind toate aceste lucruri deasupra capului, s-au aruncat în întâmpinarea morţii lor".

În întuneric, cazacii n-au înţeles ce se întâmplă, s-au speriat şi ei şi au luat-o la goană.

Astfel de cazuri însă sunt destul de rare şi nu contează prea mult în contingentul general al situaţiilor de spaimă colectivă. Cu toate acestea, am atras atenţia în mod deliberat asupra importanţei practice a ultimului caz. Problema constă în faptul că momentul psihologic este cel mai potrivit moment pentru o schimbare de situaţie; o schimbare făcută de o persoană sau un grup de oameni nu prea mare, dar bine organizat, disponibili pentru a lua frâiele în mâinile lor... Vom reveni asupra acestei situaţii...

PREVENIREA ŞI LICHIDAREA PANICII ÎN MASĂ

Pentru a defini măsurile de prevenire a panicii de masă trebuie să luăm în consideraţie premisele apariţiei acesteia.

Dacă vorbim de un grup constituit, orientat spre o anumită activitate în situaţiile de criză (un partid politic, o unitate militară, o expediţie ştiinţifică sau un detaşament de salvare etc.), atunci cea mai mare atenţie se acordă pregătirii ideologice şi organizatorice faţă de eventualele pericole, asigurării unei conduceri eficiente şi educării liderilor care să se bucure de cea mai înaltă încredere. Trebuie să subliniez că, în absenţa premiselor sociopsihologice ale panicii, un colectiv poate întâmpina cu demnitate cele mai dificile încercări.

Nu întotdeauna însă este posibilă o astfel de pregătire, de exemplu, în cazul manifestațiilor în masă de pe străzi, la care iau parte o mulțime de oameni mai mult sau mai puțin întâmplători. În aceste cazuri, o importanță deosebită revine luării în considerare a factorilor fiziologici și general-psihologici.

Anterior am atras atenția asupra greșelilor tipice care constau în tărăgănarea manifestațiilor și în atitudinea indiferentă față de starea fizică a participanților (oboseală, stare de ebrietate etc.). În cazul unei tensionări sociale înalte și al condițiilor climaterice greu de suportat (prognoza complexă a sinopticienilor) trebuie să ne gândim și la dinamismul mitingului sau demonstrației, pentru a reduce la maximum oboseala oamenilor și alte lucruri neplăcute care decurg din aceasta. Se recomandă ca serviciul de pază să împiedice pătrunderea în rândurile manifestanților a unor persoane în stare de ebrietate și a băuturilor alcoolice, prevenind astfel posibilitatea unor reacții iraționale, mai ales că unele ar putea fi chiar provocate.

După cum s-a menționat deja, ar fi bine ca manifestațiile să nu coincidă cu alte evenimente din oraș (meci de fotbal, carnaval etc.) În caz contrar, e posibilă, pe de o parte, „captarea" unei părți importante a mulțimii și transformarea acesteia într-o mulțime ocazională sau expresivă (nu atunci însă când acest lucru ar fi fost dorit de organizatori). Pe de altă parte, posibilitatea ciocnirii dintre două mulțimi (de exemplu, o demonstrație politică se ciocnește de o mulțime de suporteri agitați tocmai ieșiți de pe stadion) poate avea consecințe greu de prevăzut.

Este important să se evite aglomerările de persoane la sfârșitul unei manifestații, acest lucru putându-se solda cu neplăceri serioase. De exemplu, se recomandă ca după un meci de fotbal să se organizeze alte manifestări, mai mici ca amploare – de exemplu, întreceri între alergători sau luptători tineri, loterii, proiectarea unui film de desene animate pe

tabloul electronic etc pentru a reține o parte din microbiști în tribune.

Se vorbea că în anii '60, pe un stadion din Tbilisi s-a anunțat că spectatorul care are la el poza soacrei sale va fi premiat cu un automobil nou Jiguli. E adevărat, nu s-a găsit nici un norocos care să-i poarte atâta dragosre soacrei sale, însă spectatorii intrigați n-au părăsit mult timp tribunele. Nu știu cât de real este acest episod, dar trebuie să recunoaștem că a fost gândit destul de original.

Este extraordinar de important să se ia în considerație factorul general-psihologic al panicii: înainte de toate, informarea la timp a oamenilor despre eventualele pericole și procedeele de contracarare a acestora. E de menționat, că trebuie prevenită atât panica colectivă cât și cea individuală.

Filozofii, psihologii și biologii au scris tomuri despre raportul dintre emoție și informație, acest aspect meritând o analiză aparte. Vom vorbi doar despre unele aspecte, fiindcă acestea au legătură cu tema lecției. Voi menționa de la bun început că toate cele relatate în continuare sunt explicații de natură neurofiziologică; eu, nefiind specialist în neurofiziologie, mă voi limita doar la laturile fenomenologice și psihologice ale problemei.

Încă de la Ecleziast, oamenii au înțeles că multă cunoaștere înseamnă și multă durere și cel care își înmulțește cunoștințele înmulțește și tristețea. O astfel de respingere a gândirii logice trece ca un fir roșu printre multe lucrări ale filozofilor religioși. Există în tratatul unui gânditor din evul mediu o asemenea parabolă. Se zice că un filozof se apropie de un grup de femei care râd și le zice: „Dacă voi ați cunoaște atât cât cunosc eu, plânsul vostru ar răsuna mai tare decât râsul vostru".

Tot ce se poate ca acest pesimist încrezut să nu fi observat, pur și simplu, că și cunoașterea se reflectă prin prisma valorilor și a obiectivelor psihologice. Dacă vom

apela la memorie, oricare dintre noi își va aminti și de idioți întristați și de înțelepți veseli. Psihologii și medicii știu foarte bine cât de mult contează în asemenea cazuri problema comunicației și a metodei de prezentare a informației.

Starea emoțională și comportamentul omului în caz de pericol depinde în mare parte de imaginea subiectivă a situației și, ce e mai important, de rolul pe care credeți că-l puteți juca în această situație. Panica se poate declanșa atunci când situația este incertă și inopinată pentru mine, nu știu care sunt procedeele de contracare a acesteia, nu am un plan de acțiune și mă văd deja ca pe un obiect pasiv al evenimentului. Atunci însă când omul are anumite cunoștințe (oricât de iluzorii ar fi acestea) și un program de acțiune (chiar și unul inacdevat), se simte ca un subiect activ și atunci situația psihologică se schimbă în mod radical. Se constituie o altă dominantă, atenția se transferă de la frică și durere la obiectivul stabilit, în consecință spaima dispare iar rezistența la durere crește.

În anii de studenție am făcut cunoștință cu un tânăr revoluționar din America Latină, un cunoscut erou, care a fost torturat în închisori, dar care a dat dovadă, în țara sa, de fapte inimaginabile de vitejie. În Moscova tânărul a răcit, l-am dus să consulte un medic și acesta i-a prescris sinapisme. Aflând despre recomandarea medicului, revoluționarul-erou s-a acoperit cu broboane de transpirație, s-a ghemuit de frică și n-a vrut nici în ruptul capului să urmeze procedura, considerând-o insuportabilă. Era o reacție absolut uimitoare pentru un tânăr de douăzeci și patru de ani. „Dar e adevărat că-ți rupeau degetele, te-au lovit în rinichi?" – încercam noi să-l facem să accepte procedura. – „Da, mă băteau bine". – „Ei, și atunci...?".Băiatul însă era un om simplu, nu-i plăcea să reflecteze prea mult și se pare chiar că nici nu a înțeles motivul nedumeririi noastre. Sora medicală n-a reușit să-i pună sinapisme.

Ulterior, când mă ocupam la modul profesional de psihologie şi redactam, pentru ilegalişti, un curs special de rezistenţă la tortură (pentru a evita confuziile politice, cursul fusese intitulat difuz „Psihologia voinţei"), mi-a fost dat să analizez un volum impresionant de astfel de cazuri şi să mă conving că nedumerirea mea de atunci nu era decât o consecinţă a lipsei de experienţă.

Observam chiar cum un veteran de război, având la activ multe răni din luptă, începea să se neliniştească atunci când mergea la dentist. Vedeam cum ofiţeri experimentaţi ai forţelor aeropurtate aveau emoţii atunci când încercau să sară cu paraşuta dintr-o turlă special amenajată într-un parc de odihnă şi distracţie. Nişte surori medicale îmi povesteau zâmbind că atunci când le iau sânge din venă militarilor încercaţi trebuie să aibă mereu pregătită şi o sticluţă cu camfor – de obicei, aceştia leşină mai des decât doamnele gingaşe.

Mi-am amintit şi de propria experienţă, mai ales de cea sportivă, am discutat cu sportivi profesionişti şi cu psihologi sportivi. Emoţia pugilistului înainte de a intra pe ring şi a lupta împotriva unui adversar redutabil este similară cu cea a tenismanului aflat în aceeaşi situaţie. Faptul că pe ring vei primi nişte lovituri pe care nu le poţi încasa pe terenul de tenis nu se reflectă în paleta emoţională – atenţia este concentrată asupra altor lucruri. Într-adevăr, durerea provocată de loviturile încasate se resimte mai târziu, în vestiar, la duş, dar niciodată în timpul luptei.

La antrenamente, în sala de scrimă, pentru a „ne încălzi", ieşeam la luptă fără cuirasă sau platoşă: aveam pe cap masca metalică, pe mâna dreaptă o mănuşă specială, care acoperea palma, iar trunchiul nu era apărat aproape de nimic. Loviturile cu muchia sabiei erau foarte dureroase, ne lăsau pe corp vânătăi, contuzii şi nişte dungi roşii care nu treceau timp îndelungat. Sunt însă gata să jur că nimeni, atunci când lua floreta în mână, nu simţea frică în faţa duelului care avea să se desfăşoare, nu

simţea acel gen de frică pe care o resimţeam în faţa bormaşinii, a seringii a bisturiului.

Toate acestea sunt exemple din aceeaşi categorie. Paraşutistul înainte de o săritură periculoasă, pugilistul pe ring, soldatul încercat în luptă şi chiar revoluţionarul în camera de tortură – toţi aceştia sunt subiecţi ai acţiunii care soluţionează problemele propuse printr-o orientare respectivă a concentrării şi o încărcătură emoţională (în ultimul caz – ura faţă de călăi). Acelaşi paraşutist, pe turla de paraşutare special amenajată (unde prezenţa contragreutăţii şi a altor asigurări îţi garantează siguranţa fizică), pugilistul, soldatul sau revoluţionarul în aşteptarea unei proceduri medicale neplăcute pot deveni cu totul alte fiinţe. Ei se simt neajutoraţi, ca nişte obiecte ale unei activităţi străine şi această senzaţie apăsatoare, a lipsei de subiect, reprezintă o premisă suficientă sieşi spre instaurarea fricii şi durerii.

Am amintit despre durere şi vreau să subliniez încă o dată că, în pofida foarte răspânditei prejudecăţi precum că durerea fizică este una „curată", în realitate însă e vorba de aceeaşi imagine subiectivă. Respectiva imagine se prezintă ca un element din imaginea de ansamblu a lumii şi de aceea senzaţiile de durere depind în mod substanţial de tabloul actualizat al situaţiei.

În timpul celui de-al doilea Război Mondial, medicii americani au observat că doi din trei soldaţi şi ofiţeri aflaţi în spital cu răni grave, dar pe deplin conştienţi, nu se plângeau de mari dureri şi refuzau medicamentele analgezice, evitând dependenţa. Persoanele civile cu astfel de răni cauzate de accidente sau intervenţii chirurgicale suferă chinuri mult mai mari. Un specialist în aşa-numita medicină psihosomatică, D. Bykal, în cartea căruia au fost semnalate aceste fapte, le-a comentat, la prima vedere, într-un mod paradoxal: militarii „nu interpretează" senzaţiile provocate de o rană de luptă ca senzaţii de durere.

Un ostaș sovietic în vârstă mi-a povestit că după o luptă, a observat cu uimire că cizma sfârtecată era umedă, deși în jur nu se vedea nici o băltoacă. Descălțându-se, a văzut că piciorul îi este plin de sânge. În iureșul luptei, omul nici n-a observat (!) că mușchiul pulpei i-a fost străpuns de o schijă.

Și un ultim exemplu, dintr-o zonă destul de neașteptată, care ilustrează dependența dintre durere, frică și modul de informare.

Cei mai mulți dintre cursanții mei din cadrul Institutului de științe sociale erau bărbați, dar din când în când mai veneau la cursuri și femei. Analizând împreună cu ceilalți procedeele de rezistență în cazul torturii, acestea mi-au atras atenția asupra unui detaliu. La sfârșitul anilor '70, în Europa și în America începuse să intre în modă „naturalețea" și printre doamnele inteligente devenise ceva de bon ton să refuze analgezicele în timpul nașterii: o doamnă adevărată trebuia să nască „natural". S-au răspândit pe larg consultațiile psihologice prenatale, cursurile și manualele pentru cele care se pregăteau să nască.

Din aceste manuale am aflat cu stupoare că groaznicele chinuri ale facerii nu sunt decât o particularitate a femeilor care țin de cultura occidentală, în care nașterea este considerată în mod tradițional un proces chinuitor. Femeile altor culturi, de exemplu chinezoaicele, se pare că nu resimt nici un fel de durere, ci doar ceva asemănător unei „senzații de maleabilitate". Și, dimpotrivă, spuneau aceleași surse, doamnele europene sunt atât de înnebunite de spaima în fața inevitabilei dureri încât „interpretează"(din nou acest cuvânt ciudat!) numai în acest mod orice senzație fizică.

O persoană care n-a fost niciodată pusă în asemenea situație se simte incomod să judece despre astfel de lucruri, sper însă că cititoarele vor fi indulgente: n-am adăugat nimic de la mine, ce mi-au spus mie vă spun și eu dumneavoastră. Esențialul aici nu constă în excursurile culturologice, ci în natura procedurilor. Obiectivul acestora este de a transforma procesul

de naștere într-o acțiune în care lehuza să nu se mai simtă ca un corp fiziologic pasiv, ci ca un subiect al acțiunii. Respectivei situații îi poate fi aplicată întrebarea: „Ce faci?", și răspunsul: „Nasc!". Atunci când putem reorienta obiectivul psihologic, o dată cu acesta se transformă toate senzațiile și valența lor emoțională. Astfel, nașterea se transformă dintr-un proces dramatic inevitabil în unul dificil, dar fericit...

Bineînțeles că toate cele menționate se referă și la spaimele de masă și, în speță, la prevenirea panicii în masă. De multe ori, organizatorii evită să prevină participanții despre posibilele pericole, de teamă că o parte din aceștia vor părăsi manifestația. Desigur, în primul rând, aici multe depind de felul în care va fi servită informația – punându-se accentul pe pericol sau pe metodele de contracarare a acestuia. În al doilea rând, problema e dacă merită să gonim după cât mai mulți participanți și să mărim posibilitatea panicii ulterioare, supunând riscului starea psihică, sănătatea, iar uneori chiar și viața oamenilor.

De regulă, pericolul este invers proporțional cu nivelul de informare sau, mai exact, cu pregătirea operativă pentru acesta. Un caz mi s-a întipărit în memorie pentru toată viața.

În 1970, când în Chile se desfășura o campanie electorală tensionată și destul de dramatică, susținătorii celor de dreapta au găsit o metodă eficientă de a lichida demonstrațiile de stânga. Imaginați-vă că o coloană de mii de susținători ai lui Salvador Allende se deplasează pe una din arterele orașului, în frunte cu lideri populari. Când primul eșalon al coloanei trece de prima intersecție de după colț apare un grup de tineri, în jur de patruzeci, înarmați cu măciuci și boxuri. Aceștia separă liderii („capul") coloanei de restul manifestanților, și se aruncă asupra manifestanților împărțind energic lovituri. Paza demonstrației nu reușește să se orienteze la timp și să riposteze, cei din spatele coloanei nu văd ce se întâmplă, dar li se transmite spaima celor din rândurile din față și în doar cinci minute mii de oameni fug în toate părțile, călcându-se în picioare. Nu s-au înregistrat

jertfe doar datorită faptului că, slavă Domnului, strada era largă şi avea multe ieşiri.

Dar ulciorul nu merge de multe ori la apă. După două sau trei eşecuri, simpatizanţii de stânga au descoperit o contramăsură care s-a dovedit a fi extrem de simplă. De fiecare dată când coloana se apropia de vreo intersecţie, cei din serviciul de pază se apucau de mâini şi făceau un lanţ viu de-a lungul demonstranţilor. Sau, în paralel cu demonstranţii, înşoţind primele rânduri, se deplasau două camioane cu gabarit depăşit. Se puteau inventa şi alte procedee, esenţialul însă este că demonstranţii se înarmaseră cu cunoştinţe despre un eventual pericol şi erau pregătiţi psihologic să-i facă faţă.

Amintitul caz, cu oamenii care se ţin de mâini, este şi un procedeu de contracarare a dispoziţiilor de panică. Pe de o parte, senzaţia de susţinere fizică a tovarăşilor duce la creşterea stabilităţii psihologice. Pe de altă parte, o astfel de poziţie îl împiedică pe inamic (poliţia sau provocatorii) să rupă rândurile; o dată cu ruperea rândurilor, oamenii se pierd cu firea, se simt neajutoraţi şi panica devine inevitabilă.

Interpretarea în colectiv a unei piese ritmate cunoscute de toţi este unul din procedeele verificate în timp. În cadrul lecţiei anterioare am vorbit despre faptul că mulţimea activă este aritmică, de aceea sunetul ritmic stimulează transformarea acesteia într-o mulţime expresivă sau, în cazul dat, împiedică transformarea mulţimii expresive într-una activă (panicată). Însă dacă pentru blocarea agresiunii în masă se apelează la ritmuri alerte, la contracararea panicii poate servi un ritm mult mai lent, de marş sau imn.

Un asemenea ritm poate juca un rol pozitiv chiar şi după ce s-a declanşat panica. E de dorit ca, în toate cazurile, să avem pregătite muzica şi boxele adecvate, deşi nu trebuie să ne pierdem cu firea chiar şi dacă acestea ne lipsesc.

Iată un exemplu antologic din Europa de dinainte de război. În 1938, pe stadionul naţional de ciclism din Paris,

după ce cursele au luat sfârșit, a izbucnit un mic incendiu. A fost localizat foarte repede de către pompieri, dar zeci de mii de oameni reușiseră deja destul de energic să se îndrepte spre ieșire. Situația începea să devină extrem de periculoasă. Din fericire, în mulțime se aflau și doi psihologi care s-au orientat la timp și au prins a scanda cu voce tare: „Ne – pousse – pas!" (Nu împinge!). Cei din jur au început și ei a scanda, chemarea trecând ca un val peste mulțime. Peste câteva minute, mii de oameni scandau aceste cuvinte; mulțimea se transformase în una expresivă, entuziasmul comun a luat locul fricii și îmbulzelii și toți au părăsit cu bine tribunele...

În prefaza și stadiul incipient al panicii ne poate fi de un real folos umorul. Cunosc cazuri extraordinare din diferite țări când o glumă spusă la locul potrivit detensiona situația, iar prestanța unui umorist foarte popular schimba radical dispoziția mulțimii. De cele mai multe ori e vorba de jocuri de cuvinte și alte ambiguități lingvistice care cu greu pot fi redate în altă limbă. Voi menționa doar un exemplu din istoria recentă a Rusiei.

Pe 20 august 1991, în cel mai tensionat moment de la Casa Albă (instituția similară din Rusia, nu din SUA – *n.tr.*), atunci când toți se așteptau la un asalt cu tancuri, în fața celor prezenți și-a făcut apariția, în carne și oase, popularul umorist Ghenadi Hazanov. Imitând vocea lui M.S. Gorbaciov, care se afla încă la Foros, acesta a rostit lent: „Politica nu poate fi făcută cu mâinile murdare și tremurânde..." Era o parafrază a unui motiv arhicunoscut și care putea fi des auzit în cuvântările președintelui URSS (despre mâinile murdare din politică); motivul fusese completat cu menționarea mâinilor tremurânde ale președintelui GKCP (Comitetul de Stat pentru Situații excepționale – *n.tr.*), văzut la televiziune cu o zi înainte.

Cuvântarea lui Hazanov – „Gorbaciov" a fost întâmpinată cu hohote de râs, un râs de ușurare, și aplauze furtunoase. Mulți dintre participanții la eveniment consideră

acea „cuvântare" drept momentul psihologic de criză în epopeea puciului eşuat...

Analizând procedeele de lichidare a panicii izbucnite e util să ne amintim ce s-a vorbit anterior despre *momentul psihologic*. Sunt cunoscute procedee de revenire la acest moment care, ţin să repet încă o dată, este cel mai potrivit pentru începerea unei îndrumări eficiente.

Se apelează, de exemplu, la un stimulent obişnuit. Oamenii s-au obişnuit să stea nemişcaţi atunci când se interpretează imnul naţional şi acest reflex condiţionat poate fi reactualizat din primele acorduri, date la maximum, ale imnului.

Un alt procedeu constă în utilizarea unui stimulent care să inducă o stare puternică de şoc. De exemplu, un foc de armă într-o încăpere închisă le induce oamenilor o stare de dezorientare, oamenii se pierd cu firea pentru câteva momente şi devin disponibili pentru măsuri organizatorice. De fapt, acest lucru este similar cu palma aplicată sau cu un alt impuls mai puternic cu care un medic experimentat îl scoate pe pacient din starea de şoc.

În timpul unei lupte, în zgomotul infernal al canonadei, un foc de armă n-ar fi avut, bineînţeles, efectul scontat. Focul de armă poate fi înlocuit cu împuşcarea drept în faţă a propriilor soldaţi care părăsesc fără ordin poziţiile, personal însă nici nu vreau să comentez o astfel de recomandare. Din literatură aflăm că au existat cazuri de încetare a panicii pe câmpul de luptă printr-un ordin venit pe neaşteptate.

Comandantul de divizie vede cum unul din regimentele sale se retrage îngrozit de un inamic imaginar. Tăindu-le calea celor care se retrăgeau, acesta a strigat cu putere: „Staţi pe loc! Descălţaţi cizmele!" Răcnetul comandantului a avut într-adevăr efect. Soldaţii au început să-şi scoată cizmele, atenţia lor s-a transferat de la un pericol imaginar asupra unei acţiuni concrete, ulterior reuşindu-se aducerea regimentului în stare de luptă.

Dacă această întâmplare este veridică (și, după părerea mea, este una din acele întâmplări pe care, cum se spune, nu le poți născoci chiar dacă ai vrea cu tot dinadinsul), atunci, probabil că rolul de stimulent șocant i-a revenit inoportunității logice a acțiunilor comandantului de divizie.

O soluție și mai ingenioasă a găsit M. Neill, mareșal în armata lui Napoleon. Când soldații săi fugeau îngroziți de pe câmpul de luptă, el și-a trimis aghiotantul să le transmită următorul ordin: soldații trebuiau să fugă fără oprire exact zece kilometri. La primirea ordinului, trupele au mai alergat încă aproape trei kilometri, după care s-au oprit, și-au revenit și și-au refăcut starea de luptă.

Ultima întâmplare e cât se poate de instructivă, interesantă psihologic și merită o analiză detaliată. Ne vom limita însă, la un comentariu succint. Acțiunilor antivolitive ale soldaților le-a fost redată inopinat capacitatea subiectivă a caracterului planic spontan, factor care i-a făcut să-și revină la normalitate. Un astfel de procedeu poate fi utilizat cu succes în situațiile neordinare ale vieții cotidiene.

Bineînțeles, procedeele respective presupun și prezența unor oameni care nu au căzut pradă stării generale și sunt gata să ia frâiele conducerii în mână, în caz contrar, nici nu avem despre ce discuta. Iată de ce la organizarea corectă a manifestațiilor în masă, în afară de serviciul de pază, mai există și o echipă special pregătită (se pare că în rusă nici măcar nu există un termen special pentru aceasta, în America Latină i se spune *el equipo antipanico* – „echipa antipanică"). Aceasta este dislocată puțin mai departe de mase, nu participă la acțiunile generale, pentru a evita vertijul emoțional, și este înarmată nu cu reteveie, boxuri și alte accesorii ale luptei de stradă, ci cu înregistrări muzicale, boxe și megafoane. Și, ce e mai important, e înarmată cu cunoștințe, experiență și intuiție, ultima fiind fiica informației...

Un ofiţer în rezervă al unui serviciu special latino-american (ulterior şi membru al unui partid revoluţionar) mi-a expus, mai în glumă, mai în serios, trei reguli ale siguranţei individuale în mulţime, pe care le învăţase de la instructorii săi. Deşi regulile sunt destinate profesioniştilor, acestea pot prinde bine tuturor.

Prima. Nu intra degeaba în mulţime (adică, dacă nu eşti la serviciu sau în misiune; în orice caz, stai cât mai departe de mulţime).

A doua. Pătrunzând în mulţime, gândeşte-te cum vei ieşi de acolo (adică, cum s-ar zice, pe afară-i vopsit gardul, înăuntru-i leopardul: nu intra undeva unde nu ştii la ce te poţi aştepta. Îmi mai amintesc o anecdotă din timpurile când în autobuze erau afişate inscripţii de genul: „Nu scoateţi capul în afară!", iar în Odesa, şoferii de autobuz li se adresau celor care încălcau regula: „Scoate-l, scoate-l, să vedem ce-o să bagi înapoi"...)

A treia. Dacă ai ajuns accidental în mulţime, imaginează-ţi că eşti la serviciu (adică, concentrează-te, nu-ţi pierde capul, nu te lăsa subjugat de vertijul emoţional şi aminteşte-ţi ce-ai fost învăţat să faci).

În fine, încă o remarcă. În popor se spune că nici un procedeu nu este destul de bun atunci când eşti atacat cu o rangă de fier. În realitate însă există şi procedee împotriva drugului de fier, numai că acestea nu sunt accesibile tuturor. Un colectiv de luptători poate rezista eroic în faţa unui pericol de moarte, însă pragul de rezistenţă al mulţimii de pe stradă este foarte redus. Tot ce s-a spus anterior are drept scop optimizarea gestionării situaţiei şi minimalizarea riscurilor. Problemele tehnologiei însă cedează locul problemelor de morală şi inteligenţă politică: merită oare să apelăm la ajutorul maselor dacă pericolul este foarte mare?

Pentru astfel de cazuri au fost elaborate procedeele „demonstraţiei mobile". Aici nu e vorba de mase, şi cu atât

mai mult de gloată, ci de de un grup organizat şi nu prea numeros (incomparabil cu o manifestaţie de masă) de tovarăşi de idei cu o structură de conducere bine definită. „Demonstraţia mobilă" se deplasează pe un traseu stabilit şi în punctele fierbinţi, de un real pericol, membrii acesteia se despart pentru a se reuni din nou în următorul punct stabilit. Astfel de acţiuni pot fi destul de eficiente, dar bineînţeles că acestea nu ţin de sfera comportamentului spontan...

TEME PENTRU LECŢIA 3

1. Ce reprezintă panica şi care este etimologia acestui cuvânt? Care este raportul dintre panica în masă şi cea individuală?

2. Relataţi despre premisele panicii în masă: ce condiţii subiective amplifică (respectiv, diminuează) probabilitatea apariţiei panicii?

3. Care sunt mecanismele de constituire a panicii în masă? Ce reprezintă „momentul psihologic"?

4. Ce mijloace de prevenire şi lichidare a panicii în masă cunoaşteţi? Argumentaţi răspunsul, dacă se poate, prin exemple personale.

LITERATURĂ SUPLIMENTARĂ

1. Behterev V.M., Rol vnuşenia v obşcestvennoi jizni (Rolul sugestiei în viaţa publică); Gipnoz. Vnuşenie. Telepatia (Hipnoza, Sugestia. Telepatia). M., 1994.

2. Huggenbull A., Zloveşcee ociarovanie nasilia. Profilaktika detskoi agressivnosti i jestokosti i borba s nimi (Farmecul funest al violenţei. Profilaxia agresivităţii şi cruzimii infantile şi lupta împotriva lor). SPb., 2000.

3. Gundarov I.A., Duhovnoe neblagopolucie i demograficeskaia katastrofa (Dezastrul spiritual şi catastrofa

demografică); Obşcestvennîe nauki i sovremennost' (Ştiinţele sociale şi contemporaneitatea). 2001, nr.5.

4. Pranghişvili A.V., Soţialnaia psihologia paniki v svete poneatia ustanovki (Psihologia socială a panicii prin prisma perceperii atitudinii); Issledovania po psihologii ustanovki (Studii de psihologie a atitudinii). Tbilisi, 1967.

5. Revoliuţionnîi nevroz (Nevroza revoluţionară); Antologie de Bokovikov A.K., M., 1998.

6. Serafimovici A.S., Jeleznîi potok (Torentul de fier); Biblioteka mirovoi literaturî dlea detei (Biblioteca de literatură universală pentru copii), vol.26, M.,1979.

7. Simanski P.N., Panika v voinah (Panica în conflagraţii). M.; L., 1929.

8. Sorokin A.P., Dolgij puti, Avtobiograficeskij roman (O cale lungă. Roman autobiografic), Sîktîkvar, 1991.

9. Şcerbatîh Iu.V., Psihologia straha.Populearnaia enţiklopedia (Psihologia fricii. Enciclopedia pentru toţi), M., 2001.

10. Baker R., Understanding panic attacks and overcoming fear. Oxford, 1995.

11. Bykal D,G., Psychology and medicine. Psychological dimensions of health and illness. N.Y., 1979.

LECŢIILE 4-5

ZVONURILE PERCEPUTE CA FENOMEN SOCIOPSIHOLOGIC ŞI CA ARMĂ DE LUPTĂ POLITICĂ

Să vezi ce se întâmplă! Săpând ieri o tranşee,
Ţâşniră două jeturi babane de coniac!
– Spionul apa de băut cu ţuică-o otrăveşte,
Iar pâinea-i coaptă acum numai din solzi de peşte!

V.S. Vâsoţki

Ca un caval e zvonul şi-i cântă în strună frică,
Suspiciune, şi invidie, şi prepus...

W. Shakespeare

Haud semper errat fama.
(Zvonul nu este întotdeauna mincinos)

Până nu faci foc, nu iese fum.

Proverb

FENOMENUL ZVONURILOR ŞI STUDIEREA SA

În cadrul lecţiilor anterioare, zvonurile au fost amintite de mai multe ori în legătură cu constituirea şi comportamentul mulţimii. Înţelegem cu toţii destul de bine că importanţa acestui fenomen social şi politic depăşeşte cu mult cadrul aglomerărilor şi tulburărilor stradale.

La modul intuitiv pare destul de clar ce înseamnă un zvon, în realitate însă această noţiune este destul de confuză. Dicţionarele enciclopedice şi cele explicative (nespecializate)

pun în legătură acest cuvânt[4] cu caracterul îndoielnic, minciuna sau informația neverificată.

Aproximativ astfel este tratată noțiunea de zvon de către majoritatea populației. De altfel, uneori putem întâlni ceva similar și în literatura de specialitate.

Voi apela la două exemple caracteristice.

Relativ recent a fost publicat un studiu sociologic care se încheia cu o concluzie senzațională: „Cu cât este mai înalt nivelul de instruire și mai îndestulată baza materială a unui individ, cu atât este mai pronunțată predispoziția către zvonuri". S-a dovedit că autorul, neînțelegând prin zvonuri „o informație neverificată", îi întreba direct pe respondenți cât de des aceștia au de-a face cu zvonurile. Pensionarii răspundeau că foarte rar, iar oamenii de afaceri și savanții – destul de des. Confundând nivelul spiritului critic față de informație cu antrenarea în procesul de răspândire a zvonurilor, sociologul (A.T. Hlopiev) și-a fundamentat descoperirea pe aceste referate, descoperire pe care el însuși a catalogat-o drept „paradox social".

Demagogii experimentați utilizează în favoarea lor confuzia iscată în discuțiile cu ziariștii lipsiți de experiență. Un politician american a răspuns la întrebarea dacă e adevărat că divorțează de soția lui, astfel: „Acest zvon este răspândit de adversarii mei". După ce a câștigat alegerile, el a divorțat, totuși, de soție. La învinuirea că și-a înșelat electoratul în campania electorală, secretarul de presă al acestuia a răspuns rezonabil că nu e vorba de nici o înșelăciune. Candidatul s-a eschivat pur și simplu de la întrebare spunând că informația despre viitorul său divorț nu fusese nicăieri anunțată oficial și, deci, era vorba doar de un zvon; ziaristul, însă nu a avut prezența de spirit să-l întrebe cât de veridic este acest zvon...

[4] Nu vom abuza de bogăția limbii ruse (respectiv, de cea a limbii române – *n.tr.*) ca să distingem în mod special zvonurile, bârfele, faima rea, vorbele, născocirile, gogoșile etc. Terminologic, vom păstra doar vocabula *zvon*, iar celelalte cuvinte apropiate ca sens vor fi utilizate doar în măsura necesităților stilistice.

Zvonurile pot conține, fără îndoială, și informație cronată, ca, de altfel, și comunicatele oficiale. Nu cunosc însă studii serioase care să susțină că zvonurile sunt, de cele mai multe ori, false. În primele săptămâni ale Marelui Război pentru Apărarea Patriei, oficiile poștale din toată țara acceptau fără discuții colete pentru orașele ocupate deja de nemți, numai ca să infirme „zvonurile nocive". După catastrofa de la Cernobâl, autoritățile de partid din Ucraina se făceau luntre și punte ca să dezmintă zvonurile despre radiația care periclita sănătatea și chiar viața locuitorilor. În august 1988, rușii care au dat crezare zvonurilor despre apropiata devalorizare a rublei se aflau într-o situație mult mai bună decât vecinii lor care au crezut în asigurările și jurămintele președintelui (B.N. Elțin) și ale primului ministru (S.V. Kirienko) precum că devalorizarea este absolut exclusă.

Vom reveni, nu o singură dată, la această problemă. Deocamdată, trebuie să reținem că, în pofida unei îmbinări de cuvinte foarte des întâlnite, nivelul de veridicitate nu are nici o legătură cu faptul că noi catalogăm o anumită informație drept zvon. E important doar că informația se transmite prin rețelele *comunicării interpersonale.*

Bineînțeles, nu orice contact interpersonal, chiar și cel mai confidențial, presupune și transmiterea de zvonuri. Dacă dvs. îi șoptiți la ureche prietenei despre relația sau aprecierea dvs pentru o cunoștință comună (vă place – nu vă place) sau îi expuneți o concepție științifică (filozofică, religioasă etc.), atunci nu e nicidecum vorba de zvonuri. Circulația zvonului are loc doar atunci când dvs însoțiți aprecierile, părerile, relațiile, planurile și doctrinele cu *relații despre subiect* necunoscute conlocutorului, date din biografia respectivei cunoștințe, extrase de cineva dintr-o revistă etc. Sau când o prietenă nu se poate abține ca să nu divulge mărturisirea (de obicei, puternic amplificată) că dvs

v-ar plăcea cineva. Se prea poate ca cititorul să-şi dea cu uşurinţă seama cum va arăta acel secret peste câteva zile.

Aşadar, pentru o definiţie iniţială sunt necesare şi suficiente două criterii: prezenţa informaţiei referitoare la obiect şi canalul prin care aceasta se transmite.

Zvonul *reprezintă transmiterea informaţiilor despre obiect prin canalele comunicării interpersonale.*

Prin urmare, atunci când un prezentator TV, un corespondent de la ziar sau un orator la un miting ne prezintă informaţii, veridice sau false, făcând trimitere la „zvonuri", avem de-a face, de fapt, cu ştiri ale comunicaţiei publice şi de masă. Când, însă, îi povestesc vecinului că aseară am aflat ceva interesant dintr-o emisiune TV, un articol de ziar sau un discurs la un miting, avem de-a face cu un fapt al comunicării interpersonale. În mod analogic se deosebeşte o scrisoare trimisă în mod obişnuit sau prin e-mail de un manifest sau site de pe Internet. În cazul comunicării interpersonale se activează un şir de mecanisme specifice pe care le vom analiza în continuare şi care se manifestă intens în timpul răspândirii zvonurilor.

E inutil să mai insistăm asupra faptului că fenomenul zvonurilor nu numai că este cunoscut din cele mai vechi timpuri (probabil, de pe timpul când au apărut primele oraşe-stat, scrierea şi actele oficiale, zvonurile au constituit o categorie independentă de comunicaţii), dar ele au şi fost utilizate în scopurile luptei politice şi ideologice, mai ales în timpul războaielor.

Manuscrisele antice ne povestesc cum înainte de ofensiva legiunilor romane, printre potenţialii adversari erau răspândite zvonuri despre vitejia fără de seamăn a romanilor, despre bărbăţia şi neînfrânarea lor.

În cartea unui mare specialist al războiului psihologic, P. Lineburger, sunt comentate câteva cazuri din istoria Rusiei. În letopiseţele ruseşti şi chiar în limba rusă contemporană

s-au păstrat nenumărate mărturii despre numărul neobișnuit de mare al trupelor mongolo-tătare („t'ma t'mușciaia" – puzderie, câtă frunză și iarbă – *n. tr.*) – provine de la denumirea unității de luptă „tma" – 10 000 de oșteni), deși,conform datelor demografiei istorice, aceștia nu puteau fi atât de numeroși. După cum se vede, comandanții de oști mongoli duceau o propagandă iscusită, răspândind zvonuri-sperietori care îi demoralizau pe inamici, aprinzând noaptea mai multe focuri de tabără decât ar fi fost practic nevoie etc.

Studierea sistematică a fenomenului zvonurilor a început doar după Primul Război Mondial în SUA și Germania. Nu peste mult timp, în America și-au făcut apariția firme comerciale specializate în propagarea zvonurilor, firme la care îți puteai comanda subiectul necesar pentru auditoriul respectiv, achitând nota de plată conform catalogului de prețuri. Se făceau aceste lucruri, de exemplu, pentru a face publicitate unor mărfuri, a-ți înfrânge concurența sau pentru a te lupta cu sindicatele. Astfel, printre muncitorii întreprinderii concurente era răspândit un zvon care îi putea provoca la grevă. Sau, dimpotrivă, patronul întreprinderii, aflând despre pregătirea grevei, comanda răspândirea de zvonuri printre soțiile muncitorilor, precum că liderii sindicali se pricopsesc de pe urma grevelor.

În Germania, unde nu peste mult timp veniseră la putere naziștii, cercetările din această sferă au fost clasificate și li s-a impus o orientare mult mai morbidă. Trupele germane și, de asemenea, aliații lor utilizau activ și de multe ori foarte eficient cunoștințele și sugestiile primite pe fronturile celui de-Al Doilea Război Mondial (voi vorbi în continuare despre aceste cazuri).

După război, documentația secretă germană și specialiștii din domeniu s-au mutat în SUA (conducerea sovietică nu era interesată de asemenea „prostologii"). Activitatea comercială amintită anterior a fost lichidată și scoasă în afara legii, iar lucrul sistematic cu zvonurile s-a transformat într-o prerogativă a statului.

Prin anii '60, conform evaluării experților americani, propaganda cu ajutorul zvonurilor, mai ales în activitatea politică externă, putea fi comparată după importanța sa cu propaganda prin intermediul mass-media. Mecanismele de propagare a zvonurilor erau studiate profesionist de către CIA, Pentagon și trupele speciale ale armatei americane. În ambasade lucrau specialiști care urmăreau cu atenție tematica, conținutul și dinamica zvonurilor din țara în care se aflau...

De ce pentru studierea acestui fenomen se risipesc atâtea eforturi și mijloace? Importanța acestei activități este condiționată de trei circumstanțe.

În primul rând, zvonurile reprezintă *o sursă de informație* validă despre opinia publică, dispozițiile politice, atitudinea față de guvernanți, orânduirea statală, mass-media etc. Rolul acestei surse este cu mult mai important atunci când celelalte metode de colectare a informațiilor sunt în dificultate. Chiar și în situația cea mai liberală și favorabilă analiza zvonurilor care circulă prin societate completează tabloul ce se conturează pe baza unor metode mult mai tradiționale și, de regulă, mult mai directe. Oamenii nu sunt mereu dispuși să-și împărtășească deschis opiniile și nu conștientizează întotdeauna clar dispoziția și atitudinea lor față de evenimentele politice.

În afara de aceasta, în cazul anchetelor, sondajelor, uneori are loc așa-numitul fenomen La Pierre – dezacordul dintre atitudinile verbale și comportamentale.

Astfel, în decembrie 1993, succesul triumfal al partidului lui Jirinovski (LDPR-Liberal'no-demokraticeskaia partia Rossii-Partidul liberal-democrat din Rusia – *n.tr.*) în Duma de Stat a fost o surpriză neplăcută pentru sociologi: partidul lui Jirinovski a obținut 23 de procente din voturile rușilor în loc de cele 5 procente cu câte era creditat! Mulți dintre simpatizanții acestui politician, care avea o reputație destul de ambiguă, considerau că e „indecent" să recunoști acest lucru în public. În consecință, anchetele și sondajele ne ofereau un tablou

puternic distorsionat, iar prin metode indirecte se ajungeau la un rezultat mult mai impresionant (deși trebuie să recunoaștem că rezultatul real a întrecut cele mai îndrăznețe supoziții).

Iată de ce, atunci când acest lucru este posibil, pentru obținerea unui tablou complet, în paralel cu cercetările sociologice tradiționale, în teritoriu se instituie o rețea graduală prin intermediul căreia sunt urmărite periodic zvonurile, discuțiile la „un șpriț" și comentariile, iar prin intermediul acestora se urmărește dinamica opiniilor și dispozițiilor publice. (Tehnica de instituire a rețelei este un subiect special de discuție; aici vom sublinia doar că informația se colectează la modul impersonal, fără a fi concretizate datele despre informatori).

O astfel de monitorizare suplimentară este extraordinar de utilă în campania electorală. Experiența arată că datele obținute astfel sunt de multe ori identice cu cele obținute în cazul unor sondaje corect efectuate, iar atunci când există divergențe, informația rețelei, a focus-grupurilor și a altor procedee mult mai puțin formalizate este mai de încredere decât rezultatele cercetărilor sociologice efectuate după metodici tradiționale. În fine, rețeaua poate fi folosită și pentru a influența activ dispozițiile publice, un subiect despre care vom vorbi în continuare.

În al doilea rând, zvonurile servesc de multe ori drept *catalizator* al dispozițiilor și evenimentelor politice, de aceea evidența lor contribuie la pronosticarea proceselor din societate și îmbogățește modelul superior al situației.

În fine, în al treilea rând, zvonurile care se propagă rapid sunt un *factor* activ de formare a dispozițiilor, opiniilor și, respectiv, a comportamentului oamenilor și a evenimentelor politice pe care aceștia le generează. Deci, gestionarea zvonurilor este un instrument suplimentar de influențare politică.

Tezele enumerate vor fi ilustrate prin exemple concrete pe măsură ce vom lua cunoștință de categoriile zvonurilor.

CLASIFICAREA ZVONURILOR

La studierea zvonurilor sunt folosite diferite baze de clasificare: durata de viață a zvonului, mărimea și structura auditoriului (acestuia i se mai spune „univers" sau „areal" al zvonului) ș.a.

Un subiect răspunde necesităților și dispozițiilor acute și actuale, îndeamnă masele la acțiuni imediate, influențând astfel derularea evenimentelor politice și istorice și rămâne doar în operele memorialiștilor (sau se pierde în negura timpurilor). Altul atinge interesele unui grup social limitat și nu poate depăși limitele acestui grup. Un al treilea, atingând interesele maselor doar periferic, rămâne pentru mult timp în memoria poporului, se transformă într-o legendă sau tradiție, într-un element al eposului național. Uneori, acesta poate reînvia pe neașteptate în condiții noi, cum s-a întâmplat, de exemplu, cu zvonul despre monumentul „de aur" al lui Dzerjinski (vezi lecția 2).

La informațiile transmise din gură-n gură au apelat cu precădere cronicarii din evul mediu, în textele cărora deseori se deslușesc clar devierile caracteristice de la subiect. În sfârșit, unele zvonuri, transformându-se în mituri și legende, au căpătat cu adevărat o importanță istorică mondială.

Astfel, studiind legendele despre conceperea imaculată am descoperit cu uimire că zvonurile despre fecioarele care nășteau proroci circulau în Orientul Apropiat de multe sute de ani. Încă discipolii lui Zarathustra, descurajați de moartea Învățătorului înainte de venirea Judecății de Apoi, au lansat zvonul că A Doua Venire va avea loc exact peste trei mii de ani în chipul Fiului lui Zarathustra, născut de o Fecioară neprihănită. Acestea se întâmplau cel puțin cu șase sute de ani înaintea nașterii lui Hristos.

Se întâlnesc zvonuri cu viață lungă cu un caracter aproape arhetipal și care sunt reluate într-un mod aproape uimitor în țări și culturi îndepărtate unele de altele. De cele mai

multe ori, asemenea zvonuri-arhetipuri au ca subiect morții și cimitirele. De exemplu, în niște orășele din Caucaz, din regiunea Volgăi și din America Latină am auzit următoarea istorioară. Un băiat într-un palton lung (sau un soldat demobilizat, în manta) a pus pariu cu amicii săi că va avea curajul să meargă singur noaptea în cimitir și, pentru ca nimeni să nu aibă dubii, va bate un cui într-un mormânt proaspăt. De emoție, săracul nici n-a observat cum cuiul i-a trecut prin palton și, ridicându-se, a crezut că mortul „l-a înșfăcat" – a sucombat făcând atac de cord. Fiecare povestitor mă asigura că această întâmplare a avut loc de-adevăratelea și anume în orașul lui...

Unele din imaginile arhetipale trec printr-o formă de mimetism materializându-se în subiecte contemporane. În ultimii douăzeci de ani, nici nu mai știu în câte localități mi s-a comunicat cu mândrie: „Deasupra orașului nostru (regiunii, țării) e o gaură în ozon. Avem cea mai mare incidență a cancerului, infarctului miocardic etc.". Fabulații de acest gen am auzit chiar și din gura unor oameni care știau atât de puțină carte că s-ar părea că nici cuvinte ca „ozon" sau „infarct" n-ar avea de unde să le cunoască. Dar și aceștia ascultă tot, memorizează și răspândesc cu multă plăcere informația. Se pare că în popularitatea cvasigenerală a unui subiect atât de respingător la prima vedere se reflectă necesitatea umană de a fi în centrul Universului, într-un loc care măcar prin ceva se evidențiază în spațiu și timp.

Pentru psihologia politică, deosebit de importanți sunt doi parametri – **expresiv** și **informațional**.

La rândul său, parametrul expresiv se împarte în trei categorii, semantica termenilor fiind însă destul de transparentă: *zvonul-dorință, zvonul-sperietoare* și *zvonul agresiv*.

Subiectele primei categorii reflectă speranțele, așteptările și, în general, buna dispoziție a auditoriului. Unui conducător sau unui politician lipsiți de experiență li se pare de multe ori că acest gen de zvonuri este unul „bun", adică un fenomen

plăcut şi fără umbră de pericol. În realitate, însă, circulaţia zvonurilor-dorinţă poate avea de multe ori consecinţe dezastruoase. Exact un procedeu de acest tip a fost elaborat până în cele mai mici detalii de către specialiştii Wehrmachtului şi a fost utilizat cu succes în operaţiunile militare şi politice din secolul al XX-lea.

În timpul „războiului ciudat" (în anii1939-1940, când trupele germane şi cele anglo-franceze îngheţau cu lunile în tranşee, fără a întreprinde vreo acţiune) spionii germani răspândeau neîncetat printre soldaţii inamicului zvonuri de genul: „Până la Anul Nou, în Germania va avea loc o revoluţie"; „În curând vor începe tratativele cu nemţii"... În iarna anului 1942, când bombardierele japoneze ajungeau până pe coastele Californiei, printre locuitori era răspândit zvonul că japonezilor nu le mai ajung carburanţii decât pentru şase luni... Scopul propagării acestor zvonuri era de a crea deziluzii în urma speranţelor neîmplinite şi, respectiv, frustrare şi demoralizare.

Pregătirea pentru cucerirea Varşoviei, în septembrie 1939, este un model de utilizare eficientă a zvonurilor-dorinţă.

O dată cu declanşarea ostilităţilor, în capitala poloneză nu mai apăreau regulat ziarele şi nu se transmiteau la timp emisiunile radio. Interesul tensionat şi deficitul de informaţie au creat un câmp ideal pentru zvonuri, spionii germani trebuind doar să le confere orientarea necesară. Orăşenii îşi povesteau cu entuziasm unii altora că „trupele poloneze sunt victorioase pe toate fronturile, se apropie deja de Königsberg; nemţii nu sunt pregătiţi de război, au insuficientă muniţie, în loc de bombe aruncă din avioane cu şine de oţel". Pentru a alimenta aceste zvonuri, într-adevăr, bombardierele germane au aruncat de câteva ori cu bucăţi de şine: acestea, în cădere, scoteau acelaşi şuierat ca şi bombele, băgau frica în toţi, numai că, desigur, nu explodau...

Cuprinşi de euforie, locuitorii Varşoviei nu şi-au dat osteneala să organizeze ajutoare pentru front sau să

pregătească apărarea oraşului. În cele din urmă, pe fondul unei asemenea stări de spirit, apariţia trupelor germane a produs un şoc şi a descurajat orice potenţială rezistenţă...

În istoria postbelică, cel mai impresionant exemplu de utilizare eficientă a zvonurilor-dorinţă e cel legat de lovitura de stat din Chile, în toamna anului 1973.

Putem afirma fără exagerare că acesta a fost un moment de cotitură nu numai în istoria chiliană şi cea a Americii Latine, ci şi în istoria mondială a secolului al XX-lea. În pofida unor simptome de extenuare (conflictul dintre URSS şi China, Primăvara pragheză din 1968 etc.), ideologia socialistă şi comunistă era, din inerţie, în ofensivă şi cucerea noi spaţii geopolitice. Cuba revoluţionară era ca un ghimpe în coasta SUA. Dispoziţiile antiamericane şi „antiimperialiste" uneau milioane de oameni din diferite ţări şi susţineau simpatia în creştere faţă de cei mai decişi adversari ai SUA – comuniştii. Chile devenise prima ţară din lume (şi ultima) în care un guvern marxist declarat, cu un program cardinal de redistribuire a proprietăţii, venise la putere pe cale paşnică, prin mecanismul alegerilor democratice.

Preşedintele Salvador Allende nu ascundea faptul că era prietenul şi discipolul lui Fidel Castro, atât de urât de americani, şi că intenţiona să declanşeze, în ţara lui, o revoluţie socialistă. Oameni de rând şi politicieni din lumea întreagă, în special din America de Nord şi America Latină, şi-au aţintit privirea spre evenimentele chiliene: de evoluţia acestora depindea în mare măsură mersul proceselor politice globale.

Se vorbea despre posibilitatea unei lovituri de stat încă înainte de victoria lui Allende în alegerile din 1970. Activiştii de stânga considerau prea puţin probabil succesul unei lovituri de stat, dată fiind fidelitatea armatei chiliene faţă de jurământul depus; din acest motiv n-au acordat prea mare atenţie propagandei politice printre militari. Mai exista, de altfel, şi un raţionament mult mai fundamentat.

În Chile şi în ţările limitrofe existau grupuri organizate de adepţi ai lui Allende şi Castro, discipoli ai revoluţionarului ucis Che Guevara, iar pe alocuri mai activau detaşamente de partizani.

Aceşti oameni erau dispuşi să înceapă o luptă armată împotriva „marionetelor americane corupte" şi se bucurau de sprijinul populaţiei. Preşedintele se străduia să evite cu orice preţ un război civil şi din această cauză făcea noi compromisuri (s-au găsit, ulterior, activişti care l-au învinuit pe Allende de laşitate. Însă, după observaţiile unor observatori străini şi ale chilienilor înşişi, încercarea de lovitură de stat, dacă ar fi fost întreprinsă în cele din urmă, ar fi iscat o scânteie de la care s-ar fi aprins toată America Latină (aşa şi i se spunea atunci: El continente llamas – Continentul în flăcări).

Acest pericol era foarte bine înţeles de către organizatorii şi inspiratorii loviturii de stat. Aceştia aveau de rezolvat o dublă problemă: să debarce prin violenţă guvernul legal şi să prevină izbucnirea unui război civil atât în Chile cât şi în ţările vecine. Pentru soluţionarea primului obiectiv, au fost schimbate treptat eşalonul superior şi cel mediu ale armatei. Pentru atingerea celui de-al doilea au fost utilizate procedee psihologice ingenioase, care au şi însoţit începutul ostilităţilor.

În dimineaţa de 11 septembrie, pe străzile capitalei Santiago au apărut tancurile şi puciştii au preluat controlul asupra centrelor principale ale mass-media. Totodată, prin oraş a început să se răspândească zvonul precum că o brigadă de armată sub conducerea lui Prats se deplasează din nord spre capitală, devenind tot mai numeroasă, căci pe parcurs aderau foarte mulţi voluntari, aceasta crescând ca un bulgăre de zăpadă rostogolit. Menţionez că o brigadă reprezintă a cincea parte a forţelor militare terestre, iar Carlos Prats era un general activ cunoscut tuturor ca adept al stângii şi pe care chilienii îl cunoşteau bine...

Simpatizanţii stângii dădeau ascultare cu multă bucurie acestei informaţii. Luptătorii pregătiţi de atac au decis să se ascundă deocamdată şi să înceapă răscoala armată împotriva puciştilor concomitent cu intrarea în oraş a brigăzii lui Prats, fidelă guvernului socialist...

Când s-au declanşat aceste evenimente, în Moscova era noapte târzie; împreună cu un grup de latino-americani m-am deplasat în sala cu teleimprimatoare a Institutului de ştiinţe sociale. Am citit toată noaptea comunicate urgente ale agenţiilor străine, le comparam cu comunicatele TASS (Telegrafnoe Agenstvo Sovetskogo Soiuza – Agenţia de ştiri a Uniunii Sovietice – *n.tr.*), cu cele date de radioul şi televiziunea sovietice. Ştirile despre brigada lui Prats erau reluate permanent de către toate agenţiile. Ceva, totuşi, nu se lega, era o neconcordanţă pe care am putut s-o conştientizez abia peste o zi. În textele agenţiilor străine se vorbea despre un zvon, pe când în comunicatele TASS nu se pomenea nimic despre vreun zvon. Această diferenţă între „nivelurile de reflexie" s-a dovedit a fi fatală.

Chilienii de diferite culori politice şi-au potrivit tranzistoarele pe frecvenţa Moscovei: pentru unii, aceasta reprezenta singura sursă demnă de încredere, pentru alţii era foarte important să afle cum reacţionează URSS. Şi Radio Moscova nu le-a înşelat aşteptările: cu o operativitate nemaiîntâlnită în mass-media sovietice, în aceeaşi noapte, în redacţia internaţională, a fost prezentată o nouă emisiune „Escucha, Chile!" (Ascultă, Chile!) şi imediat în eter au zburat comunicate emoţionale de genul: rezistaţi, fraţi chilieni, cu voi e toată omenirea progresistă, iar din nord vă vine în ajutor brigada lui Carlos Prats!

Tocmai acest lucru era aşteptat de regizorii de dincolo de ocean, pasul următor al cărora fusese bine chibzuit şi pregătit. Generalul Prats, care se afla sub arest la domiciliu, a fost adus de urgenţă la sediul televiziunii centrale, unde a fost

„intervievat" în direct. Prima întrebare suna în felul următor: „Acum o clipă Radio, Moscova a transmis că brigada de luptă condusă de dvs se îndreaptă din nord spre Santiago. Cum comentați această informație?"

La doar o săptămână după evenimentele descrise, am avut posibilitatea să discut cu zeci de refugiați chilieni, comuniști și socialiști. Toți vorbeau despre acel interviu, taxându-l drept cel mai șocant și deprimant eveniment al zilei, nimeni însă nu reținuse ce-a răspuns Prats și ce întrebări i-au mai fost adresate. Însăși apariția acestuia pe ecrane și întrebarea introductivă au avut o încărcătură emotiv-informațională atât de mare, încât a devenit unul din factorii decisivi ai demoralizării potențialilor luptători. Oamenii recunoșteau că elanul de luptă, obiectivul de a lupta și orientarea respectivă a gândirii s-au schimbat imediat cu altele: cum să părăsească mai repede țara!

Lovitura de stat a fost înăbușită în sânge. Sute de trupuri au fost ridicate de pe străzile din Santiago, alte mii de oameni au fost împușcați sau torturați în închisori. Totuși, războiul civil cu consecințele lui imprevizibile a putut fi evitat, dar înfrângerea revoluției chiliene a dat impuls unui val de deziluzii în ideile comuniste dincolo de hotarele țării. După un sfert de secol, stăpânii ingrați mai că nu l-au forțat pe conducătorul senilizat al puciștilor, odiosul general Augusto Pinochet, să-și încheie zilele după gratii. N-am nici un dubiu că motive juridice pentru aceasta sunt mai mult decât suficiente. Latura morală a chestiunii rămâne însă problematică pentru mine. Judecând după toate acestea, dacă n-ar fi avut loc lovitura de stat sau dacă nu ar fi fost gestionată atât de iscusit și fin psihologic, evenimentele ar fi luat o turnură și mai tragică. Dar asta de acum e o altă problemă...

Pentru a nu se crea impresia că zvonurile sunt întotdeauna răspândite intenționat și cu un scop cu bătaie lungă, voi prezenta încă un exemplu, de data aceasta din istoria rusă, când un zvon-dorință a jucat un rol semnificativ de catalizator

al evenimentelor. Într-o altă lecție, acest zvon a fost amintit, dar într-un alt context.

La mijlocul secolului al XIX-lea, Rusia se dezvolta energic din punct de vedere economic și politic. Țăranii din multe regiuni începuseră să se îmbogățească, iar atitudinea față de ei a proprietarilor nu mai era cea de la începutul secolului. Cum se întâmplă, de obicei, în toate societățile, o dată cu creșterea nivelului de trai creșteau și speranțele, și necesitățile. Printre țărani, începuse să circule insistent zvonul despre apropiata eliberare din iobăgie. La începutul Războiului din Crimeea se spunea că dezrobirea este garantată tuturor celor care se vor înrola (de aceea au plecat pe front foarte mulți voluntari); se vorbea și despre alte posibilități de eliberare.

În realitate, războiul a fost pierdut de Rusia, iar iobăgia s-a menținut. Așteptările în creștere, rămase nesatisfăcute, au generat frustrare și, odată cu aceasta, agresiune față de cei instăriți. S-au declanșat protestele de masă, fuga iobagilor și răscoale, au fost incendiate conace moșierești. S-a „copt" o situație revoluționară care a fost soluționată „de sus", printr-un decret al țarului de abolirea iobăgiei.

Din ultimul exemplu se vede clar cum un zvon circulant e capabil „să aranjeze" o situație socială în concordanță cu fabula sa. O astfel de dependență se realizează direct în procesul de circulare a zvonurilor din categoria a doua a clasificării anterioare.

Zvonurile-sperietori apar în perioade de tulburări sociale (calamități naturale, război, lovitură de stat ș.a.) și oscilează de la zvonuri pesimiste până la zvonuri de panică. Cea mai banală formulă a unui zvon-sperietoare este cea precum că vor crește mult de tot prețurile sau că de pe piață vor dispărea un șir de produse.

Informații de genul acesta apar sistematic în rețelele de comunicare neformală în țările cu economie deficitară și un sistem comunicațional deficitar (cei care au crescut în URSS

ştiu bine despre ce este vorba, din propria experienţă). Zvonurile pot apărea spontan sau pot fi răspândite cu un scop provocator, mai ales în cazul creşterii concurenţei politice sau economice, o dată cu venirea la putere a unui guvern nedorit (pentru adversari etc.). În acest caz, se evidenţiază pregnant rolul de instrumentare şi de catalizator al zvonurilor: percepând zvonurile drept adevăr curat, oamenii îşi procură frenetic produse de care nu au nevoie, sau le procură în cantităţi enorme, în consecinţă, se deformează conjunctura pieţei slab dezvoltate şi mărfurile, într-adevăr, dispar sau se scumpesc.

Zvonul amintit anterior despre numărul exagerat al luptătorilor mongolo-tătari este rezultatul lansării unui astfel de zvon în scopuri militare. Exemple similare pot fi găsite din abundenţă în istoria războaielor de pe toate continentele.

Voi prezenta câteva exemple caracteristice. În copilărie, bătrânii din Caucaz îmi povesteau că în timpul colectivizării se răspândise următorul zvon: se spunea că noua putere va aduce în sat o plapumă mare sub care vor trebui să doarmă toţi bărbaţii din sat, împreună cu soţiile. Imaginaţi-vă uimirea mea, când peste mai mult de jumătate de secol, un motiv similar a fost înregistrat în ţările Orientului Apropiat (Egipt, Yemenul de Sud), în Afganistan şi într-un şir de alte ţări musulmane, o dată cu începutul operaţiunilor de cooperativizare a proprietăţii agricole.

Când în statele cu un procent mare de analfabeţi începeau campaniile pentru vaccinarea în masă a copiilor, apărea şi zvonul că, de fapt, copiii sunt sterilizaţi pentru a încetini creşterea demografică (Mexic, 1974; India, 1975).

În anii 1972-1973, prin Santiago şi alte oraşe din Chile umblau tineri politicoşi, sunau pe la apartamentele celor din clasa mijlocie, se prezentau drept sociologi însărcinaţi de guvern să facă o anchetă. Ei puneau întrebări de genul: „1.Câte dormitoare aveţi în apartamentul dvs ? 2. Câte din acestea sunteţi dispuşi să le cedaţi conaţionalilor săraci?..." şi altele de aceeaşi natură. Aceste anchete erau însoţite de aluzii în

presa de opoziţie precum că guvernul lui Allende planifică o operaţie de mare amploare pentru „a caza colocatari" şi „a reduce spaţiul locativ", urmând exemplul bolşevicilor din Rusia. Răspândirea unui astfel de zvon-sperietoare (reprezentanţii clasei de mijloc aveau, de regulă, case la curte şi alcătuiau un procent considerabil din populaţie) a servit drept o etapă pregătitoare pentru lovitura de stat...

În ultimele exemple se întrevăd deja nuanţe ale celei de-a treia categorii de zvonuri – zvonurile agresive. Aşa, de exemplu, motivul plapumei atotcuprinzătoare genera nu numai teamă de noile autorităţi, ci şi indignare şi respingere a reprezentanţilor acestora, care nesocoteau legile strămoşeşti: sacralitatea căminului familial, dreptul bărbatului asupra propriei soţii. Zvonurile tot mai agitate despre sterilizare au făcut ca părinţii să nu le mai permită copiilor să meargă la şcoală, iar în unele cazuri au fost agresaţi medicii şi profesorii. Perspectiva de a caza un conaţional sărac în propria casă i-a speriat pe unii, iar altora le-a trezit indignarea faţă de socialişti.

Uneori, nuanţa agresivă era cât se poate de transparentă: „Produsele dispar de pe piaţă căci guvernul sandinist le expediază în Cuba şi Rusia"(Nicaragua, 1980).

Zvonurile agresive apar acolo unde relaţiile dintre grupurile sociale sunt foarte tensionate; chiar şi calamităţile naturale sau nenorocirile provocate de oameni amplifică ura faţă de anumite grupuri sau persoane. Actualizarea gândirii maniheiste (răul e pus la cale de diavol, e lucrătura lui, şi principalul e să fie găsit şi pedepsit vinovatul) este caracteristică în mod deosebit culturilor religioase.

Un istoric, specialist în evul mediu, găsise o explicaţie uluitoare a faptului că în Rusia se întâlnesc mai multe femei frumoase decât în Europa Occidentală. S-a demonstrat că în secolele XIV-XVI, la catolici şi mai ales la protestanţi, fetele frumoase şi atrăgătoare din punct de vedere sexual erau învinuite de toate calamităţile şi belele sociale – foametea,

epidemiile, inundațiile ș.a., care pe atunci aveau loc periodic. Gloatele asmuțite de clerici le înecau pe frumoasele nefericite sau le ardeau pe rug, stârpind sămânța diavolească a ispitei și păcatului. Aceste porniri erau dirijate de un fel de manual: în 1487 a apărut „Ciocanul vrăjitoarelor" (*Malleus maleficarum*, o *summa* scolastică despre vrăjitorie, publicată în 1486 de inchizitorii dominicani din Koln Jacobus Sprenger și Henricus Institor, la cererea făcută de Papa Inocențiu al VIII-lea prin bula *Summis desiderantes* – n.tr. Nu pot să garantez existența unor dependențe cauzale stricte, dar am verificat ambele informații. Într-adevăr, în evul mediu aceste cazuri aveau caracter de masă. Și într-adevăr, astăzi, procentul femeilor frumoase în țările slave este cu mult mai mare decât în Europa Occidentală, SUA și Canada).

În tabăra antihriștilor, tolerarea cărora era pedepsită prin osânda lui Dumnezeu, se aflau străinii și cei de altă credință, mai ales evreii, urmau apoi savanții, mai ales medicii ș.a. De obicei, nenorocirile erau însoțite de represalii. La indicația clericilor, gloatele agresive își vărsau necazul acumulat; pentru scurt timp, se instaura un calm psihologic și alte speranțe...

Apariții ale zvonurilor agresive în timpul calamităților naturale sau antropogene au fost atestate de multe ori, atât în epoca modernă cât și în timpul nostru, și acest fapt nici măcar nu a împiedicat propagarea concepțiilor „materialiste".

În iarna neobișnuit de geroasă din 1978-1979, Moscova a fost invadată de zvonuri-sperietori (în automobile înghețată antigelul, în apartamente plesnesc caloriferele, se așteaptă o scădere a temperaturii până la minus cincizeci de grade Celsius, însă Administrației naționale de meteorologie i s-a interzis să divulge acest lucru...), dar și de discuții despre faptul că gerul neobișnuit este consecința utilizării de către americani a unei „arme climaterice" noi. După accidentul de la Cernobâl (din 1986), pentru prima dată în Uniunea Sovietică, a fost

înregistrat un zvon despre „conspirația iudeo-masonică". După oribilul seism din Armenia (în 1988), s-a vorbit mult despre „arma geologică".

În aceleași zile marcate de înfiorătoarea tragedie care a răpus zeci de mii de vieți, oamenii o văzuseră hălăduind prin satele și orașele Armeniei pe Fecioara Maria. Apariția în timpul calamităților, atunci când se actualizează straturile arhaice ale psihicului, a zvonurilor-dorință cu caracter înălțător, este o circumstanță caracteristică dar paradoxală. Se prea poate să fie vorba de acea **lege a polarizării**, despre care am vorbit în cadrul lecțiilor precedente: unii reacționează la o catastrofă socială prin sinucideri, dereglări mintale, înverșunare și patologii morale, alții – printr-o amplificare a forțelor creatoare și o „metamorfoză altruistă"...

Următorul fapt istoric ne demonstrează incontestabil extraordinara influență de sugestie a zvonului circulant.

În toiul revoluției ungare din 1956, mulțimea animată de ura față de partidul de guvernământ a asediat sediul comitetului municipal de partid. În Budapesta se vorbea de mult timp că din această clădire există o ieșire în subteran, unde zac prizonierii politici. Nu s-au descoperit însă nici un fel de ieșiri secrete, iar colaboratorii comitetului municipal se jurau, fiind amenințați cu moartea, că nu cunosc nimic despre acest lucru. Nu a putut face lumină în acest caz nici măcar arhitectul clădirii, care fusese adus la fața locului.

Au fost aduse atunci mașini de forat. Toată noaptea mulțimea nu s-a împrăștiat urmărind cu neliniște cum în diferite locuri ale clădirii erau făcute găuri. Sute de oameni **auziseră** gemete și strigăte de ajutor venind din subteran, prevenindu-i pe muncitorii care forau să fie cât se poate de atenți. N-a fost descoperită nici temnița, nici prizonierii...

Problema clasificării zvonului conform parametrului expresiv nu este chiar atât de simplă cum poate părea la prima vedere, iar o greșeală de clasificare generează de multe ori o

greşeală de instrumentare. Aici ar trebui să fim foarte atenţi la două momente.

În primul rând, într-un auditoriu (univers) complex eterogen (iar un zvon de importanţă politică circulă exact într-un astfel de spaţiu) *unul şi acelaşi motiv poate avea caracteristici emoţionale absolut diferite.* În al doilea rând, criteriul decisiv pentru evaluarea expresivă este *nu motivul în sine, ci reacţia auditoriului.* Fără a lua în consideraţie aceste circumstanţe, posibilitatea unor evaluări false ale experţilor şi a unor recomandaţii contraproductive este extraordinar de mare.

În anii 1982-1983, când secretar general al CC al PCUS era încercatul cekist Iu.V. Andropov, în Moscova şi în alte oraşe ale Uniunii Sovietice se povestea foarte mult despre felul cum pe străzi, în magazine şi alte locuri publice, tovarăşi cu împuterniciri speciale îi prindeau pe cei care nu se aflau la serviciu şi îi sancţionau dur. Se părea că e vorba de un zvon-sperietoare. Însă de fiecare dată, astfel de istorioare erau povestite cu zâmbet şi însoţite de comentarii vesele; acest lucru se întâmpla, printre altele, nu numai în mijlocul muncitorilor ci şi în mediul academic, printre colaboratorii instituţiilor de cercetare si alti cetăteni. pentru care o atare situatie nu era, s-ar

Fig.17. Desenul caricaturistului rus Andrei Abramov prezintă într-o cheie satirică momentul propagării zvonului agresiv.

părea, deloc plăcută. Se vede că toţi se săturaseră într-atât de dezordinea plicticoasă a îndelung tărăgăna ei epoci brejneviste (în popor i se spunea *bardak* – apogeul dezordinii – *n.tr.*), încât orice schimbări erau acceptate cu bucurie. Un distins scriitor caracteriza starea de spirit a acelor timpuri astfel: „Toţi vor să se întâmple ceva, dar se tem ca nu cumva să iasă altceva". În acest context, zvonul care mărturisea despre înăsprirea disciplinei de muncă era mai mult unul care dădea speranţe decât speria...

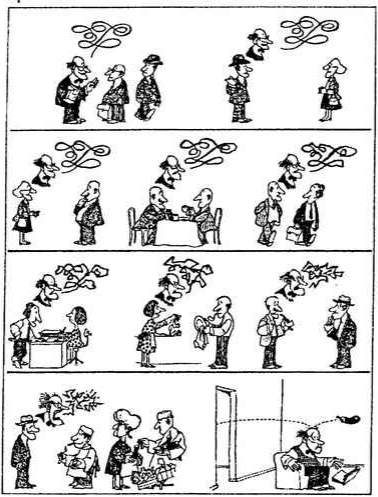


Fig.18. Desenul caricaturistului spaniol care semna cu pseudonimul Chino: procesul de *accentuare* a zvonului.

În anul 1999, chiar de la începutul campaniei pentru alegerea președintelui Ucrainei, sociologii și ziariștii susțineau în unison că majoritatea potențialilor electori nu cred în posibilitatea unor alegeri cinstite (un ziar local chiar publicase niște date conform cărora doar patru procente din alegători credeau în alegeri corecte).

Prin țară circulau zvonuri precum că buletinele de vot sunt gata completate, fiind pregătite și celelalte mecanisme pentru falsificarea rezultatelor. Cu jumătate de an înainte de scrutin, eu însumi auzisem prin Dnepropetrovsc un astfel de zvon: „La vecinul meu la serviciu au venit niște tipi rași în cap, au adus buletine de vot, i-au pus pe toți să le completeze și să semneze listele; au promis că cei care refuză să semneze vor fi concediați..."

Astfel de suspiciuni într-o țară occidentală modernă ar fi generat, probabil, un val de indignări, iar zvonurile ar fi trebuit să fie calificate drept agresive. Ucrainenii, care nu prea îl simpatizau pe președintele în exercițiu (și nici pe noul candidat la post), discutau aceste lucruri calm, fără isterie, și chiar cu un fel de relaxare. Obișnuita fatalitate a rezultatului impus „de sus" îi elibera de necesitatea de a lua o decizie dificilă, de a se neliniști și a avea emoții și, oricât de straniu ar părea, acestea erau niște zvonuri-dorință.

Staff-ului electoral al președintelui i s-a recomandat să nu facă eforturi pentru a demonta aceste zvonuri, acestea lucrând, de fapt, în favoarea lor. Concurenții nu și-au imaginat cât de nociv este acest zvon pentru ei și nu numai că nu făceau nimic pentru a-l contracara ci, dimpotrivă, foloseau orice pretext pentru a arunca paie în foc...

Am întâlnit zvonuri similare, cu aceeași reacție, și în provincia rusă. Sunt caracteristice vorbele auzite în cadrul unei ședințe a focus-grupurilor: „Înainte trăiam și fără alegeri și trăiam mult mai bine; de ce ni se impun alegerile astea, mai bine ar numi în post un om de treabă..." Se pare că în spațiul

postsovietic oamenii au cam obosit din cauza necesităţii de a alege tot timpul ceva şi simt o uşurare la gândul că cineva i-ar putea scăpa de această corvoadă. Trebuie să recunosc cu părere de rău că la noi nu numai valorile economice, ci nici libertăţile politice nu s-au transformat în valori independente...

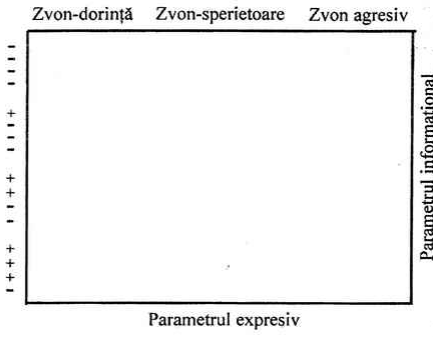
Cel de-al doilea parametru, cel informaţional, reflectă, după cum am mai menţionat, gradul de veridicitate al subiectului. Ne vom convinge în continuare, cu exemple din viaţă, şi de faptul că zvonul nu conţine în mod obligatoriu o informaţie eronată. Pentru început, vă voi povesti un vechi banc din armată.

Prin batalion s-a răspândit zvonul că unitatea va fi dislocată în alt loc. Auzind despre asta, colonelul indignat a dat ordin să fie găsit provocatorul care a scornit o asemenea neghiobie. A fost adus soldatul Vanea, care a confirmat că anume el a aflat primul despre planurile comandamentului suprem şi le-a împărtăşit tovarăşilor săi. El este sigur, sută la sută, că informaţia este adevărată pentru că a auzit-o în piaţă, de la ţaţa Maşa, zarzavagioaica, iar ea este deşteaptă foc şi le ştie pe toate.

Vanea a fost trimis la carceră, dar peste o oră a fost primită o telefonogramă: „Batalionul să fie pregătit pentru redislocare". Atunci comandantul l-a scos pe Vanea de la carceră şi i-a ordonat să fugă imediat până-n piaţă, s-o găsească pe ţaţa Maşa şi să afle exact unde va fi redislocat batalionul...

Conform parametrului informaţional, se disting patru categorii de zvonuri. Uneori acestea poartă nişte denumiri complicate („ zvon veridic cu elemente de neverosimilitate" etc.); eu prefer să apelez la simple semne matematice: „+" şi „ – ". Coraportul dintre plusuri şi minusuri ne demonstrează caracteristica informaţională a zvonului.

E important să reţinem un lucru despre care s-a vorbit anterior: un zvon circulant este capabil „să aranjeze" evenimentele în concordanţă cu subiectul său!



Des.19. Tabelul de clasificare.

Prin urmare, parametru informațional este tot atât de „indiscret" ca și cel expresiv. Un zvon cu o veridicitate inițială redusă, ajungând într-un mediu rodnic și cucerind mințile,îi inspiră pe oameni la acțiune și astfel, o dată cu răspândirea zvonului, crește și veridicitatea subiectului.

În consecință, tabelul de clasificare se va prezenta ca în fig.19 (la acesta pot fi adăugați, în calitate de noi indici, și alți parametri despre care nu am vorbit detaliat).

Se consideră că într-un auditoriu destul de mare, important din punct de vedere politic, un zvon nu poate fi niciodată completamente veridic (+ + + +). În procesul propagării, subiectul suportă transformări care distorsionează mai mult sau mai puțin versiunea inițială, transformările fiind, în mare, destul de caracteristice și legice.

Distorsionările în cadrul procesului de circulaţie a zvonului

În urma observaţiilor de pe teren pe parcursul a mai mulţi ani şi după cercetări şi experimente au fost evidenţiate trei tendinţe caracteristice de transformare a subiectului în procesul de răspândire a zvonului.

Prima tendinţă – *atenuarea* – constă în faptul că detaliile lipsite de importanţă în ochii auditoriului respectiv dispar, subiectul se scurtează.

Respectiv, detaliile care s-au păstrat sunt aduse pe planul din faţă, sunt puse bine în lumină, le creşte volumul şi importanţa socială. Subiectul se poate îmbogăţi cu detalii noi, inexistente iniţial, care îl fac mult mai funcţional. Aceasta este cea de a doua tendinţă, cea de *accentuare*.

În cele mai elementare exemple, culoarea şi marca a două automobile intrate în coliziune pot dispărea (atenuare), în schimb, în locul unui pasager rănit va apărea „un morman de cadavre" (accentuare); nu se vor reţine fizionomiile şi vestimentaţia unor bătăuşi, însă o bătaie cu doi participanţi se va transforma „virtual" într-o încăierare de masă etc.

Aceste exemple banale au însă nevoie de o precizare decisivă pentru că diavolul se ascunde, ca întotdeauna, în detalii.

Stereotipurile şi obiectivele auditoriului sunt cele care decid care dintre detaliile unui eveniment iniţial vor fi supuse atenuării şi care – accentuării. De exemplu, în unele culturi africane, cu un foarte dezvoltat simbolism cromatic, anume culoarea automobilelor intrate în coliziune va fi supusă accentuării şi nu atenuării: ultramarinul se transformă în albastru, bordo-ul în roşu ş.a.m.d.; de toate acestea depinde sensul simbolic al evenimentuilui. De altfel, şi în Uniunea Sovietică, unde culoarea neagră a automobilului reflecta, de obicei, statutul funcţionarului, un accident al unei automobil

Volga sau cu atât mai mult al unei limuzine Ceaika era uneori ridicat de zvonuri la rang de eveniment de stat.

După cum am mai spus, fizionomiile şi hainele membrilor unui conflict nu beneficiază de multă atenţie şi pot fi uitate. Dacă însă astfel de detalii demonstrează apartenenţa la diferite grupuri etnice, religioase sau pături sociale iar relaţiile dintre acestea sunt la momentul respectiv tensionate, atunci culoarea pielii, părului, calitatea costumului şi marca automobilelor vor fi detalii reţinute cu preponderenţă. Oricare ar fi fost motivul declanşării conflictului, acesta va fi interpretat de către conştiinţa de masă ca unul naţionalist, religios sau de clasă, lucru care ar putea da un impuls evenimentelor următoare; subiectul unui zvon circulant se va materializa în acţiunile oamenilor.

Cea de a treia tendinţă este *adaptarea:* un detaliu anume al subiectului, fără simptome pronunţate de atenuare sau accentuare, se adaptează la stereotipuri şi obiective în aşa mod încât conţinutul psihologic al informaţiei se modifică decisiv.

Fenomenul respectiv a fost modelat cu succes într-un laborator experimental. Pentru a participa la experiment au fost invitate grupuri de cetăţeni albi din statele sudice ale SUA. Primului care a intrat în cameră i-a fost prezentat un cadru foto în care se băteau doi tineri – unul alb şi celălalt de culoare, albul având în mână şi un briceag deschis. Cadrul era expus pe ecran preţ de trei secunde fără a fi reluat. Persoana supusă experimentului şi care văzuse fotografia îi povestea conţinutul noului intrat, după care părăsea camera, cel de-al doilea îi povestea ce a auzit celui de-al treilea ş.a.m.d.

În procesul translării au rămas neschimbate încăierarea, numărul bătăuşilor, culoarea pielii şi briceagul. Nu a avut loc nici un proces de atenuare şi nici unul de accentuare: bătaia nu s-a transformat într-o discuţie, nu fusese eliminată diferenţa dintre rase, altercaţia nu fusese transformată într-o încăierare de masă, şi chiar niciodată în locul briceagului n-a apărut un

pistol. Însă în mod constant (experimentul a fost făcut de mai multe ori) se activa unul şi acelaşi efect: briceagul trecea din mâinile albului în cele ale adversarului de culoare, făcând ca informaţia să fie în concordanţă cu stereotipul negrului agresiv. Efectul care se repeta mereu în cazul celor maturi nu avea loc şi în experimentele la care participau copii...

Cum poate arăta efectul cumulat al celor trei tendinţe ne-o ilustrează cu mult haz înregistrarea zvonurilor care circulau prin regiunea Saratov, în 1920, şi care reprezentau reacţia la căderea unui meteorit.

„Şi a căzut acea piatră din ceruri, aproape de Ţariţân, şi a intrat în pământ cam jumătate de verstă (o verstă are 1,068 km – *n.tr.*). Şi-i lungă piatra cam de vreo opt verste, de-a curmezişul are cam şase verste. Piatra-i neagră-neagră şi arde toată, şi stâlpi de fum se ridică deasupra. Şi-n fumul cela se tot văd nişte cuvinte scrise cu litere de foc...Iar piatra-i toată numai din nestemate, astea şi ard sclipind. E atâta bogăţie acolo că ajunge pentru o sută de ani...Se spune că vreo doi ani n-au să strângă impozitul agricol – le ajung briliantele din piatră".

Modificarea subiectului în albia unei tendinţe sau două, sau chiar a tuturor celor trei tendinţe enumerate nu exclude practic posibilitatea ca zvonul să fie absolut veridic. Acestă stare de lucruri se reflectă pe tabelul de clasificare prin absenţa semnelor „+ + + +".

Factorii fundamentali şi colaterali ai apariţiei zvonului

Unui observator neiniţiat, zvonurile i se par un fenomen fără de motiv sau condiţionat numai de intenţia rea a cuiva. Deseori, prin această iluzie se definesc şi măsurile de contracarare a zvonurilor: sunt căutaţi provocatori, sunt declanşate represalii împotriva cetăţenilor guralivi etc.

Nu este nici un secret că *uneori* (nu întotdeauna) zvonurile sunt lansate de către provocatori special angajați. Dar nici un „bârfitor" nu e capabil să lanseze orice fel de zvon și în oricare auditoriu și situație. Pentru aceasta, el este nevoit să găsească o „nișă" potrivită, în care orice zvon s-ar fi iscat destul de repede și fără intervenția lui; problema e să-i confere subiectului conținutul și orientarea necesare.

O întrebare încuietoare: ce zvon e mai ușor de răspândit printre locuitorii Moscovei, cel conform căruia au crescut prețurile la cămile în Arabia Saudită sau zvonul că s-a prăbușit Turnul Ostankino? Aici intervine un paradox: primul zvon va fi crezut, dar, nu se știe dacă va încerca cineva să-l transmită mai departe; celui de-al doilea zvon, probabil, nu i se va da crezare, dar *în anumite condiții*, acesta se poate răspândi mai departe și se poate transforma într-un zvon circulant.

Celor care vor să cunoască mai îndeaproape acest mecanism le recomand literatura artistică. De exemplu, procesul de constituire și accentuare a subiectului este dezvăluit într-o formă grotescă în nuvela „Bârfa" de A.T. Avercenko. În capitolul al optulea din „Suflete moarte" este descris cât se poate de veridic cum zvonurile, unul mai năstrușnic decât altul, s-au iscat și au început să se răspândească prin oraș atunci când de abia se auzise că personajul principal se ține de ceva șmecherii. S-a ajuns până într-acolo încât se vorbea că Cicikov nu e nimeni altceva decât captivul Napoleon, pe care englezii l-au exilat incognito în Rusia. Imediat orășenii au prins a observa o asemănare exterioară între acesta și detronatul imperator francez, „mai ales din profil"...

Studiind care sunt cauzele apariției zvonurilor, de ce anumite zvonuri au o viață lungă și liniștită în rețelele neformale de comunicare, unele cuceresc rapid un auditoriu vast incitându-i pe oameni la acțiuni, altele bântuie doar într-un cerc restrâns, fără a-i depăși limitele, sau mor imediat ce s-au născut, psihologii au evidențiat doi factori fundamentali.

cumulului acestora i se mai spune *conditio sine qua non* o condiţie absolut necesară pentru apariţia zvonului.

Interesul pentru temă este cel dintâi factor: zvonul poate apărea acolo şi atunci când se manifestă interes faţă de subiectul său, iar volumul şi traiectoria sa de răspândire sunt definite de configuraţia auditoriului cointeresat. Mai pe şleau vorbind, printre oamenii care nu sunt interesaţi de sport nu se va răspândi zvonul despre căsătoria unui popular fotbalist, iar pe locuitorii Moscovei nu-i va afecta ştirea despre creşterea preţului la cămile.

Cel de-al doilea factor este reprezentat de *deficitul de informaţie veridică*. Pentru lansarea unui zvon e nevoie nu numai de un simplu interes, ci de un interes nesatisfăcut. Cei cărora informaţia pe care o au li se pare satisfăcătoare sunt un mediu steril pentru zvonuri.

Relaţia dintre posibilitatea apariţiei unui zvon (mai exact, a posibilei intensităţi de propagare a acestuia) şi factorii enumeraţi poate fi exprimată printr-o simplă schemă:

$$Z=I \times D, [1]$$

Z este zvonul, I – interesul iar D – deficitul; semnul înmulţirii ne demonstrează că în cazul când unul din factori este egal cu zero, rezultatul final este şi el egal cu zero.[5]

E de remarcat că prin siguranţa informaţiei înţelegem nu caracteristica obiectivă (ceea ce este indicat în tabelul de clasificare prin latura verticală), ci atitudinea obiectivă a auditoriului. Astfel, o informaţie falsă dintr-o sursă demnă de încredere diminuează deficitul, pe când o informaţie veridică dintr-o sursă pe care auditoriul respectiv nu este

[5] Încercările de matematizare cu utilizarea funcţionalelor şi elaborarea procedurilor de calcul pentru potenţialele evaluări cantitative sunt interesante din punct de vedere conceptual, pentru activitatea practică sunt însă inutile.

dispus s-o creadă păstrează acest deficit. Se înțelege că deficitul informațional poate fi condiționat și de circumstanțe cât se poate de banale – de exemplu, de insuficiența sau caracterul contradictoriu al comunicatelor oficiale.

Convențional vorbind, deficitul de informație sigură este invers proporțional cu cantitatea de comunicate oficiale concordante (pentru o anumită perioadă de timp) – c.c. (t.) – și încrederea acordată sursei – î.s.:

$$D = \frac{1}{\text{c.c.(t.)} \times \text{î.s.}} \quad [2]$$

Din schemele [1] și [2] reiese că:

$$Z = \frac{1}{\text{c.c.(t)} \times \text{î.s.}} \quad [3]$$

Altfel spus, probabilitatea (sau intensitatea) zvonului este direct proporțională cu forța interesului public față de subiect și invers proporțională cu cantitatea de comunicate oficiale pentru o durată dată de timp și nivelul de încredere față de sursă.

Cercetările efectuate pe la mijlocul anilor '70 au scos în evidență un nivel destul de înalt al încrederii moscoviților în comunicatele mass-media naționale. Într-adevăr, pe atunci mass-media activau cu o deosebită responsabilitate, fiecare informație era verificată de câteva ori (dacă era necesar, toate mijloacele de informare dădeau, la unison, o informație falsă), iar nereușitele de genul comunicatului despre „brigada lui Prats" din Chile erau sancționate drastic. Cu toate acestea, capitala era mereu invadată de zvonuri din cauza faptului că știrile

erau puține, filtrate și, de obicei, venite cu întârziere. În țările occidentale, situația era inversă: circulația zvonurilor era condiționată de faptul că la un nivel foarte înalt de operativitate a informației, încrederea față de multe surse era nu prea mare.

Tot atunci, când s-a discutat problema respectivă cu ziariștii moscoviți, a fost relatat și un caz anecdotic: în vechiul sediu al agenției TASS a izbucnit un incendiu iar colaboratorii agenției aflați în acel moment la serviciu au aflat de acest incident din... comunicatul agenției UPI. Corespondentul acestei agenții, trecând cu mașina pe lângă agenție, a observat că din depozit iese fum, a ajuns cât se poate de repede la reședința sa și a telegrafiat informația necesară. Martorii oculari își aminteau râzând cum unul dintre colaboratorii agenției sovietice, citind informația de pe teleimprimator, se indignase nespus de nerușinarea colegilor de peste ocean; indignarea i-a mai trecut după ce s-a uitat pe geam și a văzut incendiul.

O astfel de operativitate fantastică este însoțită, desigur, de posibile erori, în torentul cărora trec nevăzute chiar și distorsionările intenționate...

Schema 3 ne ajută la elaborarea măsurilor orientate spre creșterea rezistenței la zvonuri a mediului informațional (a se vedea în continuare). Acesta se bazează pe modelul *ecologico-sistemic* esența căruia constă în faptul că procesele informaționale din societate reprezintă un sistem relativ închis, asemănător cu biocenoza și supunându-se legităților sistemice generale.

În natură, o nișă ecologică rămasă liberă este ocupată de un gen nespecializat. De exemplu, locul lupilor decimați cu mult sârg la noi în țară au început să-l ocupe câinii sălbăticiți care s-au dovedit a fi mai periculoși și pentru om, și pentru natură. Aceștia au împrumutat cele mai rele apucături de la oameni și, spre deosebire de lupi, pun în pericol echilibru din natură, distrugând cu încrâncenare nișele vecine. Pe lângă

toate acestea, câinii sălbăticiți îi urăsc de moarte pe oameni, nu se tem de foc și, în genere, nu mai au nimic din „naivitatea" animalelor sălbatice, care reacționau într-un anume fel la șiretlicurile omului (gen frânghii, steguleţe etc). Aceştia se transformaseră într-o adevărată nenorocire şi de multe ori li s-a putut veni de hac doar după ce în nişă au fost lăsaţi să intre stăpânii „legali".

Nu ar trebui să considerăm doar o alegorie literară comparaţia dintre zvonuri cu o haită de câini sălbăticiţi. Completând rapid lacunele unui interes nesatisfăcut, zvonurile, cu caracteristicile lor – atenuare, accentuare şi acomodare a subiectului – pot reprezenta un mare pericol social. Dacă s-a format o breşă, aceasta va fi cu siguranţă completată fie de „fantezia populară", fie de provocatori iscuşiţi urmărind scopuri economice, politice sau ideologice. Iată de ce cel mai sigur remediu antizvon este un mediu informaţional cu toate nişele ecologice completate.

Vom analiza această problemă mai detaliat după ce vom lua cunoştinţă de **factorii secundari** ai propagării zvonurilor. Din această categorie au fost evidenţiaţi doi factori.

Primul factor este cel al *statutului individual*. Comunicând anumite date interesante, omul atrage atenţia asupra sa, demonstrează o anumită cunoaştere a obiectului de interes comun (politician, actor, sportiv), a grupului de referinţă sau a organelor care iau decizii, îşi menţine statutul de lider de opinie neformal; mai pe scurt, confirmă sau face să crească importanţa propriei persoane în ochii celor din jur, crescând astfel şi în ochii proprii.

Al doilea factor este cel al *echilibrului emoţional*. S-a demonstrat că zvonul circulant e capabil să optimizeze temporal echilibrul emoţional în grup, adică să atenueze sau să amplifice tensiunea până la un nivel optim.

Dacă grupul convieţuieşte un timp îndelungat într-o aşteptare tensionată, oamenii sunt încercaţi de o dorinţă de

nestăvilit de a discuta între ei eventualele pericole. Într-un mod cu totul paradoxal, chiar și propagarea zvonurilor-sperietori e capabilă să diminueze pentru un timp tensiunea emoțională – se declanșează efectul de afiliere, senzația apartenenței la o comunitate. (Filozoful sirian din Evul mediu Abu al Farabi scria că în nenorocire, prostul își găsește alinarea în aceea că aceeași nenorocire li s-a mai întâmplat și altora.) În cele din urmă, toate acestea se lasă de cele mai multe ori cu consecințe disfuncționale: zvonul circulant trezește spaime și amplifică dispozițiile de panică.

Conform observațiilor psihologilor, acei combatanți a căror unitate s-a aflat mult timp în eșalonul doi, fără a mai ieși în prima linie (structură mentală nefinisată), păstrează amintiri mult mai oribile despre război decât camarazii lor de luptă care s-au aflat chiar în miezul luptelor, care au fost răniți, schilodiți etc. Iar cele mai groaznice amintiri despre blocadă le au cei care au trăit mult timp în așteptarea insuportabilă a foametei, dar care, totuși, n-au suferit niciodată de foame...

Un mediu roditor pentru zvonuri îl constituie și starea emoțională adversă – plictisul. N.V. Gogol, povestind despre cauza atâtor patimi furtunoase din jurul lui Cicikov, a accentuat că preț de trei luni, în orașul N nu s-au semnalat nici un fel de evenimente, noutăți sau zvonuri care „după cum se știe, pentru oraș înseamnă același lucru ca și aprovizionarea la timp cu de-ale gurii".

Zvonurile circulante îmbogățesc viața sociumului cu pseudoevenimente virtuale capabile să compenseze parțial penuria de evenimente și deficitul de excitare emoțională. O atare formă de compensare psihologică (consumul de alcool este o altă formă) generează, la rândul ei, pericolul unor acțiuni imprevizibile, pierderea controlului, și de multe ori devine primul simptom de destrămare a grupului. Ofițerii experimentați știu cât de nociv este să-i lași pe soldați fără

activitate o perioadă îndelungată – acest lucru se poate solda cu pierderea capacității de luptă a unității...

Desigur, cele spuse nu sunt un secret nici pentru provocatorii care se ocupă cu răspândirea intenționată a zvonurilor. În planul lor tehnic pot fi definite clar subiectul și auditoriul, dacă în prealabil a fost depistată nișa informațională. Uneori, misiunea lor are un caracter general – de exemplu, de a pregăti mediul psihologic pentru lansarea pe piață a mărfii noi, de a asigura simpatia sau antipatia față de o anumită persoană; în asemenea cazuri, lansarea unui zvon este în stare să joace un rol important dacă nu chiar unul decisiv.

Persoanele mai în vârstă își vor aminti desigur un asemenea episod. În noiembrie 1987, după scandaloasa Plenară a PC al URSS (informația despre lucrările Plenarei era, ca întotdeauna, bine filtrată), consilierii lui Elțin au lansat cu succes zvonul precum că șeful lor a fost destituit din post și eliminat din componența Comitetului Central pentru că a criticat-o pe soția, extrem de nepopulară pe atunci, a secretarului general. Cu toată absurditatea sa, zvonul s-a răspândit foarte repede și în spații destul de vaste, reprezentând și începutul unei incredibile popularități a lui Elțin în următorii patru ani.

În fine, obiectivul stabilit poate fi de multe ori unul mult mai general și mai distructiv: de a crea panica în masă sau de a organiza pogromuri etc. În acest caz, ca de altfel și în cazul anterior, planul de lucru al agenților include și depistarea necesităților psihologice și informaționale nesatisfăcute și, de asemenea, a celor mai caracteristici distribuitori de informație neoficială pentru cultura dată (a țării, regiunii, orașului). De exemplu, în orașele rusești, cel mai bun mediu pentru răspândirea zvonurilor sunt conside-rate băbuțele pensionare, în Orientul Apropiat și Mijlociu – târgoveții de la piață, în țările Americii Latine –taximetriștii; în Caucaz, locul tradițional de răspândire a bârfelor sunt înmormântările și, pe plan secundar, nunțile, unde se adună o mulțime de rude și prieteni.

E de remarcat și procedeul de creare *intenționată* a unei niște informaționale cu scopul de a dezorienta adversarul, a-l provoca să lanseze zvonuri false dar absolut inutile, distrăgându-l astfel de la acțiunile productive. Un astfel de procedeu este foarte bun doar în cazurile când a fost elaborată o metodă eficientă de a pune capăt zvonului în momentul necesar. De o asemenea manieră s-a acționat în septembrie 1973, în Santiago („brigada lui Prats"), despre care am vorbit deja.

Voi relata încă un exemplu fără a numi, din rațiuni lesne de înțeles, locul și timpul desfășurării acțiunii.

Cu jumătate de an înainte de alegerile prezidențiale într-una din republicile Federației Ruse au început să fie aduse și depozitate materiale și aparataj din străinătate pentru construirea unei fabrici. Informația despre caracteristicile tehnice, inițiatorii construcției și viitorii patroni ai fabricii era ținută în secret.

Adversarii președintelui în funcțiune s-au năpustit asupra acestei fabrici aproape imaginare, construcția căreia târâgăna de foarte mult timp, cu toată puterea mijloacelor formale și neformale. Au invitat ecologi, au elaborat „expertize publice" (fără a cunoaște datele tehnice!) conform unor reglementări învechite, răspândeau proclamații stupide și zvonuri despre presupuși patroni ai fabricii (care, bineînțeles, se dovedeau a fi niște indivizi deloc simpatici, din republica vecină), instigau concetățenii la acțiuni violente de protest etc.

Cu doar trei zile înainte de alegeri, președintele a anunțat oficial că nu va permite în nici un caz construirea mult trâmbițatei fabrici dacă locuitorii acelui raion nu vor vota pentru aceasta în cadrul unui referendum. Astfel, inițiativa a fost luată de oamenii președintelui și eforturile de luni de zile ale adversarilor s-au pierdut în zadar.

Problema pe care trebuia s-o soluționeze consultanții era să asigure pentru viitor un vot favorabil în cadrul referendumului, dar căile de soluționare fuseseră elaborate din timp...

Siguranța informațional-politică a societății necesită stăpânirea metodelor profilactice și operative de propagare a zvonurilor. În cadrul analizării potențialelor metode, vom apela și la cunoștințele acumulate despre factorii apariției zvonurilor.

MEDIUL REZISTENT LA ZVONURI: PROFILAXIA ȘI ANIHILAREA OPERATIVĂ A ZVONURILOR

Atitudinea față de fenomenul sui-generis al zvonurilor depinde în mod substanțial de natura puterii politice. Regimul totalitar este intransigent față de orice generator de incertitudine în sfera economică, politică sau ideologică. De obicei, acest tip de regim se orientează spre idealul unui control centralizat, percepe spontaneitatea ca pe o regretabilă eroare de conducere și tinde să creeze un sistem informațional total „transparent"(ca sistemul economic și cel politic). Într-un sistem de acest gen, căruia i se spune sistem administrativ de comandă, zvonurile sunt un fenomen tot atât de unilateral negativ ca și, de exemplu, proprietatea privată sau inițiativa de afaceri, și problema care și-o pune acest sistem este cum să salveze societatea de astfel de „rămășițe" dăunătoare ale trecutului.

Într-un sistem informațional democratic zvonurile sunt considerate un fenomen firesc al vieții sociale. Se admite un coraport optimal dintre veridicitate și incertitudine, ceea ce face ca sistemul să fie mult mai amorf, dar totodată mult mai diversificat în interior, mai flexibil și mai adaptabil. (Reluând comparația dintre zvonuri și câini trebuie să ne amintim că și câinii sunt periculoși doar în situații concrete.) Prin urmare, într-o societate democratică nu s-a pus niciodată problema lichidării zvonurilor percepute ca fenomen social. Obiectivele practice se limitează la a constitui un mediu rezistent la zvonuri la nivelul unor grupuri separate, relativ

izolate (unitate militară, expediţie, partid politic, fabrică, firmă etc.) prin organizarea de campanii electorale şi de altă natură şi, de asemenea, contracarând un zvon circulant concret. În acest caz, se disting două categorii de măsuri: *profilactice* şi *operative*.

Pentru elaborarea măsurilor profilactice e util să apelăm din nou la factorii care contribuie la apariţia zvonurilor şi mai ales la schema 3. Un mediu rezistent la zvonuri presupune:

• operativitate şi sistematizare considerabile ale comunicatelor oficiale, asigurând un coeficient înalt al indicelui c.c. (t.) (comunicate concordante „pentru o anumită perioadă de timp");

• în permanenţă, un grad înalt de veridicitate a informaţiei pentru a păstra o î.s. (încredere în sursă) necesară;

• o legătură inversă sistematică şi bine pusă la punct între sursa de informaţie şi auditoriu pentru a reacţiona la timp şi, dacă e posibil, pentru a devansa reacţia la dinamica I (interesului);

• o saturaţie emoţională optimă a vieţii, distribuirea rolurilor şi funcţiilor în conformitate cu capacităţile şi predispoziţiile individuale, excluzând, atât cât este posibil, situaţiile marcate de o penurie a evenimentelor şi insatisfacţiile generate de statutul individual...

De exemplu, la organizarea pertinentă a unei campanii electorale, serviciul de consultanţă se constituie din trei unităţi funcţionale strâns legate între ele şi completându-se reciproc: echipa de cercetare/documentare (*research team),* echipa de avansare sau de întărire (*reinforcement team*) şi echipa de conversie (*conversion team*). Recurgând la analogia militară, prima echipă e cea care asigură recunoaşterea/cercetarea locului şi a situaţiei, cea de-a doua se ocupă de operaţiile ofensive/atac (amplificarea trăsăturilor pozitive ale imaginii), iar cea de-a treia se ocupă de acoperirea flancurilor şi a spatelui

(corectarea trăsăturilor negative ale imaginii, prevenirea atacurilor inamicului asupra unor puncte vulnerabile).

Ultima din funcţiile enumerate este şi una dintre cele mai captivante şi necesită o pregătire psihologică specială. Conversorii sunt responsabili de faptul ca în timpul campaniei electorale să nu se se întâmple diverse surprize neplăcute şi ca unele trăsături nefavorabile ale personalităţii şi biografiei clientului, percepute astfel de un auditoriu dat, să nu genereze un eşec; tot ei trebuie să procedeze de aşa manieră încât toate „mârşăviile" puse la cale de adversari să se întoarcă împotriva lor înşişi. Tot aici se încadrează, desigur, prevenirea şi lichidarea zvonurilor nocive.

Pentru o bună realizare a obiectivelor, conversorul este dator să urmărească şi să cunoască toate acele „lacune" în care se poate naşte un zvon, să prevadă procedeele murdare pe care le por folosi adversarii (diversitatea potenţială a unor astfel de procedee nu este chiar atât de mare cum ar putea crede un observator neiniţiat). Dacă strategia este elaborată corect din punct de vedere psihologic, atunci lacunele informaţionale sunt eliminate la timp şi funcţional, şi pentru fiecare atac al inamicului va fi pregătit un răspuns operativ, adică cei interesaţi vor fi siguri că rezultatul scontat le este garantat. În acest caz, ar fi mai înţelept ca părţile concurente să se ocupe mai mult de propriul candidat şi să se abţină de la atacuri virulente şi de la a se împroşca reciproc cu murdării, în caz contrar ar putea beneficia „ de efectul bumerangului.

Vom reveni la acestă problemă în cadrul următoarei lecţii, care e şi ultima. Deocamdată, vom ilustra cele spuse cu trei exemple.

Un cunoscut ziarist din Moscova a decis să-şi depună candidatura pentru Duma de Stat într-o circumscripţie electorală dintr-o zonă provincială. Pentru campania candidatului, pregătirea buletinelor electorale, a articolelor

din presă, a emisiunilor radio şi tv s-au cheltuit o groază de bani, iar sondajele arătau că şansele de victorie sunt foarte mari. Însă în noaptea de dinaintea alegerilor, în tot oraşul au fost lipite afişe semnate de văduva unui alt foarte popular jurnalist de la televiziune, decedat tragic în Moscova cu doi ani în urmă. Aceasta îşi exprima rugămintea de a nu se vota pentru respectivul candidat, el fiind implicat în acel incident care rămăsese în memoria tuturor. Nu s-a mai putut întreprinde nimic şi candidatul a pierdut alegerile.

A demara cercetările şi a intenta un proces (cui?) însemna a te lupta cu morile de vânt, deşi văduva jurnalistului ucis declarase ulterior că n-are nici o legătură cu respectivul fals. Acţiunile provocatorilor au fost ilicite din toate punctele de vedere, mai exact, au fost criminale (fără a lua în consideraţie latura morală a chestiunii). Reuşita acestei acţiuni josnice a fost condiţionată exclusiv de incompetenţa consultanţilor angajaţi de respectivul candidat care era, mai mult decât posibil, o consecinţă a infatuării candidatului moscovit.

Vorba e că prin Moscova circula cu mult înainte de începerea alegerilor zvonul despre implicarea candidatului în moartea colegului său. Aceasta era o circumstanţă atât de importantă, încât, la elaborarea strategiei electorale, putea fi ignorată doar de semidocţi sau de indivizi care nici nu voiau să creadă că veştile din viaţa de elită a capitalei ar putea ajunge într-un fund de provincie. Acest lucru ţine şi el de lipsa de profesionalism, deşi cred că organizatorii campaniei nici nu şi-au dat seama de greşeala lor...

...Un conducător stimat şi cu experienţă, căpitan de submarin în rezervă, şi-a depus candidatura la postul de primar al unui oraş. Printre electori erau mulţi colegi de-ai săi, căci majoritatea locuitorilor din oraş depindeau într-un fel sau altul de Marina Militară.

În biografia candidatului exista un episod tragic, întâmplat cu vreo 15 ani în urmă şi legat de scufundarea

unui submarin. Jumătate de echipaj fusese atunci salvat, ceilalți însă și-au pierdut viața. Tragedia a fost investigată de două comisii de stat, unii dintre ofițeri au fost sancționați, iar comandantul submarinului a ajuns la închisoare; acțiunile viitorului candidat nu numai că au fost considerate ireproșabile, ci chiar a fost decorat cu un ordin de luptă. Mulți dintre supraviețuitorii acelei catastrofe îl considerau nu numai salvatorul lor, ci și un al doilea tată.

Întâmplarea, se transformase deja într-o legendă, era, ce-i drept, foarte tristă și neatrăgătoare și lumea se străduia să nu-și amintească de ea. Tineretul știa de acel eveniment numai din auzite.

Acolo unde au murit zeci de oameni iar cineva s-a salvat, e loc totuși pentru multe interpretări. Deși candidatul îi convingea pe toți că nu există și nici nu poate exista vreun motiv pentru dubii și cădea de acord cu consultanții fără tragere de inimă, conversorii și-au dat seama că acest caz reprezintă una din puținele lacune periculoase.

Concurenții au descoperit această nișă și au început „s-o prelucreze" treptat. Se purtau discuții tendențioase cu marinarii tineri și cu rudele acestora, erau expuse versiuni alternative ale evenimentului, în care candidatul apărea mai degrabă ca un laș și ca un șmecher, nicidecum ca un erou. Cu o săptămână înainte de alegeri, a fost introdusă în luptă artileria grea: într-un ziar guvernamental – „Gazeta Rusă" – s-a reușit publicarea unui articol comandat, un material care ocupa întreg „subsolul" și în care un ziarist din capitală discuta în Sankt-Petersburg cu comandantul care își ispășise pedeapsa. Autorul (nu se prea înțelegea dacă acesta era cel care lua interviul sau el era cel intervievat) îl prezenta pe candidat în cele mai negre culori, nu s-a sfiit chiar să-l facă „șobolan" și „spurcăciune"...

Faptul că într-o campanie electorală provincială s-a reușit implicarea unui ziar guvernamental era desigur o

surpriză: în scenariul potenţial de răspuns se presupunea că se va apela la un ziar raional sau unul din regiunile învecinate. Consultanţii erau însă pregătiţi şi pentru o astfel de desfăşurare a evenimentelor. Pe parcursul întregii campanii electorale, veteranii de pe submarin aminteau de acest incident iar în ziare au fost publicate câteva articole în care se vorbea parcă în treacăt de rolul jucat de candidat în respectivul eveniment. O dată cu apariţia în oraş a ziarului „Gazeta Rusă" cu articolul de pomină, de pereţii blocurilor au fost lipite scrisori indignate ale colegilor marinari. Scrisoarea fusese ticluită de către ziarişti şi psihologi în aceeaşi seară când apăruse articolul defăimător şi, în conformitate cu canonul clasic conţinea argumente ad rem (la obiect), ad hominem (o demascare la modul personal a autorilor şi organizatorilor falsului) şi ad populum (o adresare către concetăţeni).

Alegerile s-au desfăşurat pe fondul unui val de indignare generală care i-a unit pe orăşeni în jurul candidatului, acesta primind mult mai multe voturi decât se aşteptase. E doar unul din mulţimea de exemple care ne demonstrează cum, atunci când în cadrul unei campanii electorale se apelează la consultanţi competenţi, orice „făcătură" a concurentului se întoarce în favoarea potenţialei victime a provocării...

...Într-o circumscripţie îndepărtată şi-a depus candidatura pentru Duma de Stat un ex-funcţionar de stat, de rang înalt. Concurentul său, şi acesta ex-funcţionar de stat dar cu rang mai mic, se bucura de susţinerea necondiţionată a unui mare politician din capitală, faimos prin lipsa sa de scrupule şi printr-un dispreţ afişat faţă de argumentaţie atunci când apărea în mass-media.

S-a aflat că respectivul politician îşi programase o vizită în regiune pentru a-l ajuta, prin popularitatea şi tupeul său, pe respectivul discipol să câştige cât mai multe voturi.

Consultanții prevăzuseră această mișcare și fiind psihologi cu experiență știau că acțiunile și discursurile unui individ care o face pe prostul sunt ușor previzibile. Imaginați-vă și singuri ce mizerii pot fi spuse despre un înalt funcționar de stat, din mers și fără nici un fel de argumente? Desigur: e hoț, ia mită, la procuratură e întocmit deja un dosar...

Exact astfel de lucruri a spus politicianul sosit pe aeroport. Dar, în pofida așteptărilor sale, aceste lucruri au stârnit doar râsul telespectatorilor și a celor prezenți la aeroport. Cu o zi înainte, un cunoscut ziarist local, vorbind despre vizita politicianului și imitându-i vocea, a rostit aproximativ aceleași fraze. În consecință, efectul provocării s-a dovedit a fi invers proporțional cu intenția...

Pregătindu-se de lucru, consultanții sunt obligați să depisteze toate golurile care pot fi umplute cu zvonuri apărute spontan sau intenționate și alte provocării; acestea trebuie completate la timp și cu un conținut satisfăcător, preschimbând, în măsura posibilităților, neajunsurile reale sau imaginare ale clientului în virtuți. Aici este bine venit *un maximum de asigurare*: toate slăbiciunile potențiale ale clientului trebuie contabilizate din timp și luate sub control, adică experiența și fantezia conversorului trebuie să acopere fantezia provocatorilor.

Pentru aceasta sunt necesare discuții individuale cu clientul (uneori mai că se apelează la procedee de psihanaliză pentru a-l convinge să-și amintească și unele lucruri care personal i se par ridicole), focus-grupuri cu potențiali alegători etc. Multe lucruri pot fi depistate din timp dacă țara sau regiunea sunt bine cunoscute.

De exemplu, în Rusia contemporană, sunt considerate dezavantaje de imagine un candidat prea tânăr sau, dimpotrivă, unul prea în vârstă. Când candidatul este femeie acest lucru reprezintă un mare dezavantaj în ochii alegătorilor, mai ales în provincie; printre altele, cea mai mare ură față de

cariera politică sau administrativă a unei femei o manifestă tocmai femeile...[6]

E rău, desigur, când candidatul are o anumită vârstă dar nu este căsătorit sau, dimpotrivă, este căsătorit a doua sau, Doamne ferește!, a treia oară; e rău și atunci când apartenența etnică e deosebită de cea a populației majoritare. Un om de afaceri va fi asociat cu mafia și banditismul, iar un funcționar va fi ușor de asociat cu corupția. Când candidatul nu este de-al locului se va spune despre el că e „un venetic" care se folosește de regiunea noastră ca de o trambulină pentru cariera sa politică. Dacă e băștinaș, atunci se pare că e ceva mai bine, însă și aici apar un șir de probleme noi: când și pe cine a ofensat, cum și-a abandonat soția și copilul, ce fată a curtat în tinerețe dar nu s-a căsătorit cu ea, unde și când a fost văzut beat criță, când s-a ciondănit cu părinții etc. etc. Să nu vă mirați dacă între timp vor fi date în vileag și păcate de-ale mamei sau tatălui candidatului.

Toate acestea par amuzante și vor rămâne așa atât timp cât e vorba de o persoană particulară. E de ajuns însă să intrați în politică și să aveți măcar cât de cât succes, și atunci problemele dvs particulare vor deveni nu numai obiectul atenției publice, ci și al unor potențiale inginerii murdare.

Iată un exemplu tipic. Un om de afaceri de succes din Moscova s-a decis să candideze pentru Duma de Stat din partea orașului său natal din provincie. Cu zece ani în urmă, își abandonase acolo prima soție și copilul, recăsătorindu-se

[6] Am denumit această particularitate uimitoare a femeilor din Rusia contemporană, sau poate din tot spațiul ex-sovietic (nu avem informații credibile din celelalte țări ale CSI), *antisolidaritate de gen*. Cauza acestei manifestări nu este prea clară. Se pare că nici în culturile occidentale, nici în cele orientale, nu au fost atestate cazuri de atitudine atât de „geloasă" a femeilor față de ele însele. De exemplu, în India era foarte greu să concurezi cu Indira Ghandi tocmai din cauza că multe electoare își dădeau votul pentru ea exclusiv din motive de solidaritate, făcând abstracție de deosebirile etnice, confesionale și de castă.

în capitală. La propunerea de a-şi coopta fosta soţie în campania electorală, clientul a ripostat printr-un refuz dur: chipurile, fosta nevastă e o „paraşută" şi nu e în interesul ei să se ia la harţă, căci el o întreţine financiar şi pe ea şi pe copil. Consultanţii i-au explicat că pentru a băga strâmbe şi provocări nu e musai să intervină aceasta – şi-ar putea propune cu plăcere ajutorul fosta soacră, vecinele, prietenele. I s-a mai spus că fără participarea cointeresată a fostei neveste şi a copilului de 15 ani, probabilitatea eşecului campaniei dintr-un oarecare motiv derizoriu este extraordinar de mare. În conştiinţa celor din provincie, subiectul bârfei se va îngroşa într-o direcţie uşor de prevăzut: soţia a fost „părăsită" pentru o fufă bogată din capitală; numai copilul lui are de toate, pe când ceilalţi crapă de foame etc. etc. Toate acestea se vor închega într-o asemenea imagi- ne, că nu vei mai cuteza să te arăţi prin locurile de baştină.

Clientul a rămas neclintit în decizia sa şi psihologii profesionişti au refuzat să mai colaboreze cu el. Au fost invitaţi consultanţi mai puţin conştiincioşi, cointeresaţi nu atât de rezultatul campaniei cât de mărimea onorariilor. Făcând o mulţime de greşeli grosolane, candidatul a fost nevoit să abandoneze cursa. Cred că, totuşi, a avut noroc, căci dacă ceilalţi concurenţi ar fi intuit în acesta un adversar serios, probabil că cele mai negre pronosticuri ale psihologilor s-ar fi adeverit...

E un exemplu edificator. Unui politician lipsit de experienţă trebuie să-i spui pe şleau: nu vrei să-ţi „răscoleşti trecutul", atunci ocupă-te mai bine de altceva. Iar consultantul, mai ales conversorul, trebuie să se situeze pe o poziţie fermă: dacă recomandările noastre nu vor fi luate în serios de la bun început, abandonăm campania. În caz contrar, orice neplăcere măruntă poate duce nu numai la eşecul campaniei, ci şi la traumatizarea clientului, iat consultantul se poate alege cu un prejudiciu adus reputaţiei sale...

În viaţa de zi cu zi, deseori se iscă şi situaţii de altă natură. S-a apelat la ajutorul specialiştilor competenţi prea târziu, când în gestionarea firmei sau a campaniei s-au făcut multe greşeli şi au început să se răspândească zvonuri dintre cele mai răuvoitoare. Şi atunci problema va consta în elaborarea şi implementarea unor măsuri urgente pentru înlăturarea acestora.

Pe parcursul a zeci de ani s-au experimentat diverse recomandări cu scopul contracarării zvonurilor circulante. Cea mai simplă soluţie constă în ieşirea directă la rampă şi dezminţirea subiectului. Din păcate, acest procedeu este valabil numai în anumite condiţii: utilizarea incorectă a acestuia poate genera efectul bumerangului – zvonul se va multiplica, iar intensitatea lui va creşte.

În 1980, în Polonia s-a declanşat un val de demonstraţii antiguvernamentale. Ţata a fost paralizată de greve muncitoreşti, inteligheţia era în fierbere, societatea era invadată de zvonuri agresive despre afacerile murdare şi luxul în care trăiau înalţii funcţionari ai guvernului şi ai Partidului Unit Muncitoresc din Polonia (ca, de altfel, şi rudele acestora).

Jurnaliştii care nu simpatizau partidul de la guvernare dar care lucrau în condiţiile unei cenzuri drastice s-au gândit la un procedeu destul de ingenios. Mass-media relatau în mod concentrat cele mai captivante subiecte (cine şi unde are reşedinţe în străinătate, soţia cui pierde sume fabuloase într-un week-end la Monte-Carlo etc.) însoţind subiectele cu comentarii în care, bineînţeles, se spunea că toate acestea sunt doar „zvonuri scandaloase" şi „minciuni sfruntate". Inabila cenzură comunistă permitea apariţia unor asemenea texte/emisiuni, considerându-le drept materiale de agitaţie în susţinerea guvernului. Autorii caustici, punându-şi masca de inocenţi, înţelegeau destul de bine că astfel intensifică zvonurile şi contribuie la destabilizarea regimului comunist.

Acesta este un procedeu caracteristic de lansare a unui zvon. Forma de expunere se construieşte conform următoarei

scheme: „Nu-i adevărat că...", „Eu unul nu cred că..." – iar în continuare este expus anume acel subiect pe care vreți să-l lansați.

Un zvon poate supraviețui conform legilor sale și poate aduce prejudicii considerabile chiar și atunci când este ignorat. Sunt total ineficiente și dezmințirile retorice sau generalizările de tipul: „Nu dați crezare zvonurilor dușmănoase!" (așa procedau, de exemplu, guvernanții Ungariei în perioada mișcărilor antiguvernamentale din 1956).

Atunci când în cadrul seminarelor se analizează situațiile-problemă, apare numaidecât cineva cu o propunere „ingenioasă" – de a lansa un contrazvon. I-am prevenit de fiecare dată că inițiativa lor, mai mult ca sigur, va înrăutăți situația. Aici nu se mai potrivește analogia cu cuiul care se scoate tot cu un cui, ci mai degrabă seamănă cu un val care se suprapune valului anterior. Zvonul circulant generează *o inerție psihică* (sau *apercepție*), adică un obiectiv programat spre perceperea informației noi: informațiile ulterioare se reflectă prin prisma informațiilor precedente.

Pentru alegeri în una din regiunile Rusiei și-a depus candidatura și un bărbat de patruzeci de ani, celibatar convins. Campania a început cu dreptul și se crease o situație favorabilă pentru candidat. Mai departe însă, așa cum și era de așteptat, s-a iscat un zvon: candidatul este „homo". Consultații lipsiți de experiență au făcut o greșeală grosolană neluând în considerare o astfel de desfășurare a evenimentelor (în prezent, într-o provincie rusească astfel de lucruri se vor spune negreșit despre un politician matur necăsătorit!); colaboratorii au fost prinși pe picior greșit și au încercat să găsească, pompieristic, o contramăsură. Clientul, care după câte se pare era un individ destul de complexat, insista să fie răspândit un contrazvon precum că el este, dimpotrivă, un fustangiu...

La campanie colabora și un fost student de-al meu care, venind în Moscova, mi-a cerut un sfat. L-am prevenit ca în nici

un caz să nu facă o astfel de prostie și l-am ajutat să elaboreze o operație destul de complexă și costisitoare, dar cu un succes garantat (dacă se desfășura conform planului). Măsura nici nu putea să nu fie complexă și costisitoare, căci pentru acțiunile întârziate, de obicei, se plătește mai mult decât pentru cele preventive. (Le propun celor care vor citi această lecție până la capăt să-și imagineze singuri în ce consta acea operațiune).

Clientului însă nu i-a plăcut măsura elaborată și au rămas la vechea variantă, pe cât de primitivă, pe atât de contraproductivă. Au angajat o femeie gravidă care i-a intentat candidatului un proces pentru stabilirea paternității, acest lucru fiind răspândit pe larg. Sondajele ulterioare au arătat că potențialii alegători îl percepeau pe candidat ca pe un individ pervers-libidinos: nu era clar, dacă e homosexual ori violator. Scandalul cusut cu ață albă a redus cât se poate de repede la zero și succesul inițial al campaniei...

Ultimul exemplu ne demonstrează clar că zvonurile sunt o lamă cu două tăișuri și cât de periculos este să te joci cu ele. Dar, totuși, cum se poate contracara un zvon lansat?

Din păcate sau din fericire, lucrul cu zvonurile este un proces de creație, în care nu există instrucțiuni simple și unilaterale bune pentru toate cazurile din viață. Pentru a lua măsuri eficiente, trebuie să evaluăm adecvat situația informațională și, înainte de toate, acel parametru care este *încrederea față de sursă.*

Atunci când suntem siguri că sursa respectivă de informație (politică, administrativă, lider de sindicat, jurnalist, ziar, radio, tv etc) se bucură de încredere în auditoriul respectiv, e bine să utilizăm atacul „frontal". În acest caz, se povestește fără nici un fel de subterfugii subiectul zvonului, se explică autocritic cauza și motivul apariției lui și se expune versiunea alternativă sau una mai acceptabilă. Dacă nu se poate vorbi „fără subterfugii", atunci poate e mai bine să se apeleze la o formă mai delicată.

După cercetările menționate anterior, care demonstrau că la mijlocul anilor '70 încrederea oamenilor față de mass-media sovietice era destul de mare, la televiziune s-a apelat de câteva ori la următorul procedeu. Crainicul programului de știri „Vremea", care era difuzat concomitent pe toate canalele centrale, anunța că redacția a primit foarte multe scrisori de la telespectatori în care aceștia întreabă îngrijorați dacă e adevărat că se planifică o creștere a prețurilor la carne. Pentru a răspunde la această întrebare este invitat în studio președintele Comisiei de prețuri din țară. Acesta explică destul de plictisitor, dar pe înțelesul tuturor, că guvernul sovietic n-a majorat din 1959 prețurile la nici un produs de primă necesitate și că n-o va face nici acum. După aceasta, zvonurile dispăreau. Toți înțelegeau prețurile la carne nu vor crește, dar în schimb vor crește prețurile la aur; carnea, pur și simplu, va dispărea din galantare sau va fi distribuită pe taloane, iar în componența salamului și a chiftelelor va fi tot mai puțină.

Subliniez încă o dată că este vorba de anii '70. Pe la începutul anilor '80, s-au întețit cazurile de dezinformare directă prin mass-media și a trebuit să se renunțe la acest procedeu de implicare și dezmințire directă. Era însă recomandat partidelor revoluționare din străinătate, unde procedeul avea efectul scontat atât timp cât aceste partide erau funcționale. Cele spuse sunt valabile și pentru colective de muncă, firme și unități militare; dacă în grup se păstrează un anumit nivel de comuniune internă și încredere în lider, atunci orice zvon poate fi doborât prin „tragere directă".

Atacul direct este însă contraproductiv dacă nu suntem siguri că sursa noastră se bucură de o autoritate neclintită în auditoriul dat. Atunci va trebui să apelăm la procedee mult mai subtile ale atacului din „flancuri".

În vara anului 1986, capitala unui stat din Orientul Mijlociu, guvernată de forțe de stânga și care cu puțin timp în urmă trecuse printr-un scurt dar sângeros război civil, fusese

paralizată de un zvon. Se vorbea că la frontiera cu ţara vecină sunt concentrate forţele armate rămase fidele fostului dictator, cărora li s-au alăturat şi câteva divizii ale guvernelor simpatizante. Se aşteaptă ca acestea să treacă frontiera în câteva zile, se va declanşa un nou război şi toţi cei care susţin actuala putere vor fi aspru pedepsiţi. Zvonul, depăşind barierele lingvistice, îi ţinea cu sufletul la gură nu numai pe băştinaşi, ci şi pe miile de străini care reuşiseră să se întoarcă la lucru, păstrând încă vie amintirea dureroasă a războiului trecut.

Guvernul ţării respective s-a adresat unor consultanţi din Uniunea Sovietică cu rugămintea de a-i ajuta să lichideze acest zvon, încredinţându-i, de altfel, că zvonul este total nefondat. Spre frontieră (care figura în subiectul zvonului) s-au îndreptat urgent un grup de psihologi şi ziarişti locali (în ţară sunt mii de analfabeţi, dar antenele de televiziune se văd pe fiecare acoperiş) pentru a se convinge de falsitatea zvonului. Teritoriul de la frontiera cu ţara vecină se afla într-o depresiune, nu se vedea nimic îngrijorător până la linia orizontului. Nu se vedeau nici un fel de concentrări de trupe. În zona de lângă frontieră nu circulau, bineînţeles, nici un fel de zvonuri-sperietori...

Psihologii au trecut rapid la lucru. Au pregătit o serie de reportaje din zona de frontieră, folosind drept pretexte o nuntă, un jubileu al unui bătrân de-al locului, discuţii cu gazde primitoare etc. Discuţiile au fost organizate în aşa fel încât să fie puse în valoare viaţa liniştită a oamenilor de lângă graniţă şi dispoziţia lor optimistă.

Instalând camera în aşa mod încât să se vadă cât se poate de bine şi teritoriul străin, reporterul compara, plin de elan, viaţa „din ţara care construieşte socialismul" cu „pustiul întunecat al societăţii burgheze". Această idee fusese completată şi de câteva cadre luate din elicopter, în care cele câteva luminiţe modeste de pe teritoriul său contrastau, totuşi, cu cu întunericul de pe teritoriul vecin („burghez"). Sub diverse pretexte se tot

amintea de faptul că filmările au loc astăzi, în ziua cutare, luna și anul cutare.

Trei zile de reportaje intensive la frontieră au distrus orice zvon și le-au redat liniștea locuitorilor capitalei și ale altor regiuni mai îndepărtate de frontieră...

În altă țară, de data aceasta într-una din America Centrală, fusese răspândit zvonul precum că secretarul general al partidului comunist local (partidul avea altă denumire, dar se considera unul marxist-leninist) este milionar. Zvonul a fost reluat de ziarele dușmănoase în care se scria câți bani câștigă liderul politic, un om în vârstă, cumulând funcția de lider cu cea de avocat pledant.

Aceste zvonuri și articolele apărute în presă aduceau mari prejudicii prestigiului partidului. Pentru comuniști, care pretindeau că vor ridice poporul muncitor la luptă cu bogătașii, astfel de învinuiri erau scandaloase și se considera înjositor să ieși și să le dezminți în direct. S-au decis să meargă pe altă cale. Ca pretext, au folosit jubileul partidului, ziua solidarității muncitorilor – 1 Mai, ziua de naștere a secretarului general, și în ziare au apărut fotografii ale locuinței sale modeste, au fost comandate câteva interviuri în care întrebările erau puse în așa mod încât secretarul să poată vorbi despre faptul că nu primește nici un fel de onorar de la muncitorii cauza cărora o pledează în procese...

Ulterior, când partidul s-a scindat, am aflat de la foștii săi colegi că a fost în toate acestea și multă minciună. Că liderul partidului era într-adevăr un om foarte bogat și că își achiziționase acea locuință modestă doar de ochii lumii. Dar din punct de vedere strict tehnologic, măsurile pentru contracararea zvonului dușmănos au fost adecvate...

Așadar, în ce constă esența tragerii „din flanc"? Fără a aminti în nici un caz despre zvon sau despre subiectul lui, se transmite insistent, sub diferite pretexte, informația importantă cu conținut opus de sens.

E de adăugat, că aceasta este o problemă foarte subtilă ce necesită o atenţie extraordinară la detalii. La cea mai mică greşeală se poate declanşa efectul inerţiei psihice şi atunci toate eforturile se duc de râpă.

În 1970, concurentul lui Allende la alegerile prezidenţiale era H. Alessandri, reprezentantul unei dinastii politice cunoscute în Chile, un distins domn în vârstă cu o reputaţie impecabilă. Principalul său dezavantaj era vârsta înaintată şi asupra acestuia s-a concentrat efortul de bază al adversarilor de stânga.

S-a făcut orice pentru a se demonstra că Alessandri este senil. Prin intermediul taximetriştilor şi al altor agenţi plătiţi sau voluntari se răspândeau zvonurile despre afecţiunile lui de bătrâneţe; se spunea că acesta suferă de enurezis (incontinenţa urinei pe timp de noapte) şi alte mizerii, că-i tremură întruna mâinile etc.; totodată, posturile de radio care-i simpatizau pe cei de stânga transmiteau un montaj „meseriaş" din discursurile sale, în care într-o cuvântare de trei minute fuseseră intercalate lapsusuri de tot felul, accese de tuse şi interjecţii nedefinite (dacă e să fim atenţi, putem observa aceste neajunsuri în vorbirea oricărui conlocutor), iar la sfârşitul montajului, o voce plină de viaţă se întreba: „Şi unui asemenea om aţi putea să-i încredinţaţi guvernarea ţării voastre?"...

În toate aceste zvonuri şi insinuări era puternic exagerată senilitatea candidatului. Consultanţii săi i-au dat, în genere, un sfat corect: să apară într-o emisiune în direct şi să se prezinte în faţa alegătorilor ca un om vioi, de cuvânt şi inteligent. Efectuarea cu competenţă a acestei acţiuni ar fi putut în mod decisiv să să contracareze campania murdară de clevetire. Alessandri a fost pregătit minuţios pentru ieşirea în direct, i-a fost sugerat un anume stil vestimentar, i s-a pregătit un text pe măsură, a fost repetată mimica. Nu a fost luat în consideraţie doar un singur detaliu.

Candidatul conservator şi consultanţii săi se încrezuseră peste măsură în neutralitatea televiziunii (după cum, cu trei ani mai târziu, câştigătorul Allende a supraevaluat neutralitatea armatei). Între timp, operatorul emisiunii, un meseriaş în profesia sa, s-a dovedit a fi un socialist convins şi şi-a canalizat toată măiestria spre discreditarea politicianului de dreapta.

Ceea ce a putut să facă acest operator din imaginea candiidatului a fost îngrozitor, iar demonstraţia acestui filmuleţ ar putea înlocui cursuri întregi de la facultăţile de jurnalism şi psihologie. Camera se apropia lent de jos, conferindu-i personajului un aer cât mai trufaş; urma un racursi de sus, iar telespectatorii aveau ocazia să vadă în faţa lor un omuleţ mărunt şi de doi bani. Din cauza luminilor puternice ale proiectoarelor, faţa candidatului se umplea cu broboane de transpiraţie şi fiecare broboană de sudoare era scoasă în prim-plan. Şi, ce e cu mult mai important – mâinile lui! Mâinile tremurânde ale candidatului (graţie manipulării operatorului) se pliau ideal pe conţinutul bârfelor şi au rămas pentru mult timp în memoria auditoriului.

Imaginea video a fost atât de sugestivă încât a eclipsat totalmente discursul. Mai exact, conţinutul textului vizual şi-a subordonat conţinutul textului verbal şi a discreditat imaginea candidatului în ochii alegătorilor (percepţiei umane îi este caracteristic primatul vizual, şi puţini sunt cei care îşi dau seama că a vedea cu „ochii proprii" şi a vedea „la televizor" nu e unul şi acelaşi lucru). Cele mai ofensatoare zvonuri au fost confirmate, şi, chiar în ziua următoare, rating-ul lui Alessandri a căzut brusc. Acesta le-a intentat un proces organizatorilor emisiunii, dar, cum se spune, răul fusese deja făcut...

Într-o campanie electorală şi-a depus candidatura, într-una, din circumscripţiile aflate într-o regiune îndepărtată a Rusiei un funcţionar din capitală, un cunoscut specialist în domeniul agricol. Ţinea cu tot dinadinsul să vorbească în direct cu auditoriul, deşi nu se pricepea să ţină discursuri, era

bâlbâit, vorbea într-un limbaj neelevat și dialectal (era dialectul altei regiuni decât cea în care candida). Încercările consultanților de a-l face să renunțe la discursurile în urma cărora acesta pierdea o mulțime de electori au fost zadarnice. (Candidatul avea alte calități, pe care se și baza jocul electoral). Folosindu-se de eșecurile practice ale acestuia, răuvoitorii l-au poreclit „Colhoznicul"; răspândeau cu iuțeală zvonurile despre lapsusurile lui, care, chipurile, ar fi demonstrat că inteligența acestuia se limitează doar la semănat și recoltat. Era un factor distructiv pentru imaginea sa, mai ales că populația regiunii, în special cea urbană, avea un nivel intelectual destul de ridicat.

În cele din urmă, candidatul s-a decis să țină un discurs în fața ofițerilor din Flota Maritimă, sperând că așa le va demonstra larghețea gândirii sale. I s-a pregătit un text pe care acesta îl citea destul de plictisitor, iar marinarii, plictisiți și ei, îl ascultau. Și, deodată, sala a răbufnit de strigăte, s-a produs o înviorare generală, de parcă ar fi explodat o bombă. Se auzeau răcnete indignate: „Tractoristule! Colhoznicule!", amestecate cu injurii dintre cele mai adevărate. S-a întâmplat ca, citind textul în care se amintea despre submarinul scufundat, de tipul K-129, oratorul să greșească și să citească în loc de K-129 altceva: „K-729". Îi era foarte familiară această combinație, întrucât K-700 este o marcă de tractor, și atunci s-a produs efectul apercepției. A confunda un submarin cu un tractor! – nu, o asemenea ofensă, marinarii de pe submarine nu i-au putut-o trece cu vederea. Zvonul despre inteligența limitată a candidatului n-a fost nicidecum dezmințit, ba, din contră, a fost confirmat cât se poate de ilustrativ și încă un segment electoral a fost pierdut pentru totdeauna.

(După acest caz amuzant, o parte dintre consultanți au declarat că-și dau demisia; ce-i drept, și candidatul a înțeles că s-a purtat prosteşte. El a început să le ia în serios sugestiile, și specialiștii experimentați ai firmei „Vostoc'nâi proiekt"

(Proiectul de est – *n.tr.*) au reuşit, apelând la calităţile incontestabile ale candidatului, să gestioneze campania până la finalul încununat de succes...)

Umorul este alt instrument eficient pentru contracararea a zvonurilor: un banc reuşit spus la timpul potrivit este deseori mult mai eficient decât o serie întreagă de alte măsuri. E de la sine înţeles că şi în acest caz este necesar să acordăm o atenţie deosebită detaliilor, fără a scăpa din vedere nici inerţia psihică.

Un lider comunist dintr-o ţară din America Centrală, un bărbat în vârstă de patruzeci şi cinci de ani, dădea dovadă de o mulţime de calităţi personale agreabile şi utile pentru un politician, dar avea şi un mic cusur: vorbea lumea că-i plăceau nespus de mult femeile. Nu era un păcat de moarte în ochii latino-americanilor, însă un astfel de zvon aducea prejudicii atât prestigiului unui politician care tindea spre un rol de conducător al întregii naţiuni, cât şi partidului său.

Adversarii făceau din ţânţar armăsar, demonstrând neseriozitatea oponentului lor şi a fariseicei şi asceticei ideologii de stânga, în general. Unui ziarist de mâna a doua i-a fost comandat un articol incriminatoriu. Acela, aflând că soţia politicianului plecase undeva cu copiii, a stat, chipurile, ascuns o zi şi o noapte în tufişuri şi a fotografiat şase (!) fete care i-au păşit pragul casei. Şase fete în douăzeci şi patru de ore! Nu mai puteai crede nimic altceva despre respectivul politician decât că e vreun maniac sexual.....

În articol erau multe neconcordanţe, iar pozele erau de proastă calitate; despre imobil şi despre fete nu-ţi dădeai seama ce reprezintă decât dacă citeai tendenţiosul articol. Însă a începe o polemică cu tabloidul sau – şi mai mult – a intenta un proces ar fi însemnat să-l iei prea în serios. A nu reacţiona însă la această acţiune mârşavă tot nu se putea, căci oamenii de rând începuseră deja s-o discute cu multă plăcere. Se cerea insistent şi cât se poate de repede un răspuns pe potrivă – o glumă.

Ne-a reţinut atenţia faptul că în articol se vorbea numai despre fetele care intrau în casă şi nimic despre cele care să fi ieşit. Prin urmare... „Un senior foarte stimat a scris într-un ziar foarte serios că eu, chipurile, zile întregi înfulec persoane de sex feminin, soţia şi fetiţele mele nu mă mai sărută de teamă să nu le muşc năsucurile", – a afirmat cu un aer extrem de serios politicianul într-un recent interviu. Spectatorii au apreciat umorul, iar popularitatea sa n-a avut nimic de pierdut ...

În ajunul campaniei electorale despre guvernatorul uneia din regiunile Rusiei se răspândise zvonul că şi-ar fi construit vile şi reşedinţe luxoase în străinătate. Acesta a apărut la televizor şi a spus aproximativ următorul lucru: iată fotografia şi adresa vilei mele din afara oraşului (vila nu excela prin lux), aceasta se găseşte la jumătate de oră de oraş şi fiecare se poate duce s-o vadă. Şi acum vă declar public şi în mod oficial: cel care va mai descoperi o casă de vacanţă sau o reşedinţă care să-mi aparţină mie sau rudelor mele, în Rusia sau în străinătate, o va primi cadou...

Un alt caz amuzant din experienţa mea. După ce am ţinut pentru prima oară cursul special „Psihologia comportamentului spontan în masă" la Facultatea de psihologie a Universităţii de Stat din Moscova, printre studenţi s-a răspândit zvonul că autorul cursului respectiv (şi al acestor rânduri) ar fi colonel KGB. Aflând despre acest zvon, i-am anunţat la primul seminar: „Dacă voi mai auzi încă o dată acest lucru, voi scădea notele la tot grupul pentru ofensă adusă gradului meu, căci în realitate eu nu sunt colonel, ci general". Studenţii au zâmbit jenaţi, iar zvonul despre apartenenţa mea la Organe a pierit şi nu a mai apărut nici în ceilalţi ani, căci stilul meu de comportament nu „cadrează" cu imaginea unui general...

Dar iată şi un exemplu destul de neaşteptat pe care noi l-am descoperit în *Operele* lui V.I. Lenin. O mare parte din discursul său la închiderea lucrărilor Congresului al X-lea al Partidului Muncitoresc-Ţărănesc (bolşevic) din 1921 viza

problema zvonurilor şi tot acolo se vorbea, în speţă, de următorul episod.

Victoria bolşevicilor era percepută de mulţi, atât în Rusia cât şi în străinătate, ca un fenomen de scurtă durată; guvernele din străinătate şi capitaliştii preferau să se abţină de la contactele cu guvernul bolşevic. Dar timpul trecea, lună după lună, an după an, şi puterea în Rusia nu se schimba. Oamenii de afaceri din străinătate, care pierdeau profitul de pe urma unui potenţial comerţ, au început să dea semne de nelinişte. Trebuia anulat embargoul pentru relaţiile comerciale cu Rusia bolşevică, iar pentru aceasta era nevoie de o stare de spirit corespunzătoare a opiniei publice.

Răspunzând comenzii unor grupuri financiare cointeresate, jurnalistul american A. Clarke a scris broşura „Adevăr şi supoziţii despre Rusia Sovietică". În cărţulie erau reproduse nenumăratele zvonuri despre „retragerea lui Lenin şi a lui Troţki, despre execuţia lui Lenin de către Troţki şi invers...Nici nu vă puteţi imagina o propagandă mai bună pentru Puterea Sovietică. Zi de zi sunt colecţionate informaţii despre câte ori s-au împuşcat, s-au omorât Lenin şi Troţki, aceste informaţii se reiau în fiecare lună şi în cele din urmă sunt culese într-o antologie şi editate".

Efectul comic produs de broşură a convins opinia americană de faptul că speranţele la o înfrângere apropiată a bolşevicilor sunt lipsite de temei şi a jucat şi un anume rol în ridicarea interdicţiilor comerciale.

V-am prezentat ultimul exemplu pentru a vă atrage din nou atenţia asupra capacităţii extraordinare a zvonurilor îndoielnice de a se realiza.

Probabil că nici Clarke şi nici Lenin nu-şi imaginau că, peste câţiva ani schimbările din partidul bolşevic vor fi exact de genul celor configurate de bârfe. Conducătorii se vor încăiera între ei, se vor împuşca unii pe alţii, pe câte unul foştii camarazi îl vor face să se sinucidă, pe altul îl vor lăsa să putrezească în

temniță sau îl vor condamna la moarte prin împuşcare, altcuiva îi vor zdrobi căpățîna cu pioletul. Până la toate acestea mai rămăseseră încă vreo 10-20 de ani.

Am vorbit anterior despre cazul din acea țară arabă, unde a trebuit în mod operativ să fie lichidat zvonul neîntemeiat despre concentrarea de trupe inamice la frontieră. Totul s-a întâmplat exact aşa cum prevestea zvonul-sperietoare. Trupe militare impresionante au trecut acea frontieră pe care noi o văzusem absolut liniştită; după o rezistență destul de scurtă, guvernul socialist a căzut, şi ultimii săi susținători au fugit salvându-se de represalii. Toate acestea însă s-au întâmplat după opt ani.

În 1896 nu se întrezăreau nici un fel de simptome ale viitorului crah al monarhiei ruse. Şi totuşi, mulți au perceput tragedia de la Hodânka, cu disperare sau cu răutate, ca pe un semn prevestitor. „Cine şi-a început domnia la Hodânka, acela va sfârşi urcând pe eşafod", – scria pe atunci un Nostradamus indigen exprimând părerea poporului. Ştim că destinul lui Nikolai al II-lea a fost mult mai tragic, dar până la crimele din Ekaterinburg mai trebuiau să treacă douăzeci şi doi de ani!..

Şi încă un exemplu uimitor. În 1979 se răspândise un zvon ciudat prin țările din America de Sud. Se spunea că într-un laborator militar a fost obținut şi din greşeală a scăpat în libertate un mutant, o creatură mică, dar care muşcă – la machaca – care e ori un şarpe mic, ori o şopârlă, sau o insectă, ceva ca o viespe sau chiar un țânțar. Muşcătura acesteia era mortală pentru om, dar se puteau salva cei care într-o perioadă fie de timp (fie o oră, douăzeci şi patru de ore)... vor avea o relație sexuală.

Mai târziu, amintindu-şi de aceasta, lumea se amuza fredonând un cântecel haios („m-a înțepat la machaca"), pe atunci însă unora nu le ardea de glume: răspândirea zvonului era însoțită de un val de sinucideri, victime ale cărora căzuseră persoane complexate.

La doar doi ani, oamenii au auzit pentru prima oară de virusul SIDA. Şi cea dintâi versiune referitoare la proveniența acestuia era că e vorba de un mutant obținut de biologi militari şi eliberat din greşeală...

Astfel de istorioare, în care subiecte din viață reproduc subiecte false, de multe ori neîntemeiate sau uneori chiar inepte, merită, după părerea mea, o analiză specială. Într-un şir de cazuri, mecanismul *profeției care se autorealizează (self-fulfilling prophesy)* este mai mult sau mai puțin transparent. De exemplu, zvonul despre creşterea prețurilor îi incită pe oameni să achiziționeze frenetic cât mai multe mărfuri şi atunci prețurile cresc într-adevăr (sau marfa dispare din magazine). Zvonul-dorință despre abolirea iobăgiei, aprinzând speranțele neîmplinite, a generat o frustrare de masă, agresiune şi răscoale țărăneşti – toate acestea i-au ajutat pe adepții reformei, în frunte cu Alexandru al II-lea, să-şi înfăptuiască proiectul.

În foarte multe cazuri nu-mi este foarte clar mecanismul de amânare a realizării subiectului (o astfel de însuşire, în afară de zvonuri, o mai are un alt fenomen apropiat psihologic de acestea – bancurile). Nici nu ştiu măcar dacă există în aceste cazuri dependențe cauzale sau doar aşa se manifestă „genialul presentiment popular". S-ar putea însă ca toate acestea să nu fie decât coincidențe arbitrare – doar nu toate zvonurile se adeveresc! –, în ansamblul lor însă sunt impresionante...

La sfârşitul acestei lecții, vă atrag atenția asupra faptului că lupta împotriva unui zvon nu reprezintă acelaşi lucru cu dezmințirea totală sau parțială a acestuia. Există cazuri în care cel mai indicat procedeu de lichidare a unui zvon este *confirmarea* lui, evitând astfel anumite suprapuneri peste subiect (din inerția unor tendințe despre care am vorbit anterior), şi câştigarea controlului asupra situației. În caz contrar, străduindu-ne cu orice preț să dezmințim zvonul, riscăm să aducem societății un prejudiciu şi mai mare.

Accidentul de la Cernobâl din 26 aprilie 1986 i-a luat prin surprindere nu numai pe conducătorii politici, ci și pe savanți. Prin zonele limitrofe accidentului s-a răspândit fulgerător zvonul-sperietoare despre pericolul exploziei pentru sănătate și viață. Însă conducerea de partid și sovietică a Ucrainei, fără a se edifica în această problemă și conform unei tradiții încetățenite, se gândea doar cum să secretizeze cât mai multă informație de cetățenii săi și cum să atenueze „agitația nesănătoasă". Zvonul trebuia dezmințit cu orice preț și acest preț a fost sănătatea oamenilor.

În loc să anuleze demonstrația de masă cu ocazia zilei de 1 Mai și să le recomande oamenilor să nu părăsească, dacă e posibil, locuințele, organizațiile de partid din Kiev au primit indicații să atragă la demonstrație cât mai multă populație. Din punctul de vedere tehnologic al combaterii unui zvon, se părea că tot ce se face e corect. Măsurile au fost atât de eficiente încât, la doar câteva zile după incident, un satelit american a fotografist niște puștani îmbrăcați doar cu pantaloni scurți care băteau mingea pe străzile orașului Pripeat'.

Cred că, în acest caz, latura juridică și morală a chestiunii nu necesită comentarii. Locuitorii acelor orașe (de exemplu, Kaliningradul) în care conducerea a apelat la o tactică mult mai umană, anulând manifestațiile de sărbătoare și vorbindu-le oamenilor despre potențialul pericol la care se pot expune, au fost mai puțin iradiați, iar ulterior nu au resimțit un șoc psihologic atât de puternic...

În multe situații se recurge la un procedeu mult mai subtil: accentuarea zvonului prin *corectarea subiectului.* Aceste procedee sunt similare celor din luptele orientale în care arta constă în a întoarce în favoarea ta forța adversarului.

În cadrul unei campanii electorale, într-una din regiunile Rusiei, adversarii conducătorului aflat în exercițiu răspândeau de zor zvonul (cu confirmări indirecte, dar evidente) că Moscova nu-l susține, mizând deci pe oponentul

acestuia. Prin cuvântul „Moscova" se subînțelegea că e varba de președintele țării (V.V. Putin), care se bucura de simpatia populației.

Staff-ului electoral i s-a recomandat să lanseze intensiv prin intermediul mass-media și prin rețeaua informațională neformală constituită în prealabil informații care să confirme că „Moscova", într-adevăr, dorește schimbarea puterii în regiune. Însă ca personaj central, în locul președintelui, apărea un oligarh pe care poporul nu-l avea deloc la inimă și căruia actualul conducător local, puternic cum era, nu-i permitea să acapareze resursele naturale...

Uneori zvonurile circulante sunt capabile să aducă prejudicii sociale și psihologice extrem de serioase în general, și, în particular, prejudicii unor instituții și persoane concrete. De multe ori, funcționarea în parametri normali a unui grup, organizații, firme, viața liniștită, în general, și succesul politic al partidelor și liderilor depind de dexteritatea de a preveni zvonurile și de a nu te pierde cu firea în momentul în care ai de a face cu acestea...

TEME PENTRU LECȚIILE 4-5

1. Ce este un zvon? Enumerați caracteristicile distinctive ale acestui fenomen.

2. De ce este condiționată importanța practică a cercetării zvonurilor?

3. Clasificați zvonurile conform parametrilor sugestivi și informaționali. Argumentați tabelul de clasificare cu exemple personale.

4. De ce un zvon cu importanță politică nu este absolut credibil? Relatați despre devierile caracteristice de subiect în procesul propagării. Culegeți exemple de astfel de devieri din viața personală sau din literatură.

5. Ce premise sunt necesare pentru lansarea unui zvon? Cum explică apariția zvonurilor modelul ecologico-sistemic?

6. Ce factori suplimentari pot contribui la propagarea zvonurilor?

7. Este posibilă pronosticarea şi prevenirea zvonurilor? Care sunt măsurile ce trebuie luate pentru constituirea unui mediu rezistent la zvonuri?

8. Ce procedee de lichidare a unui zvon răspândit cunoaşteţi? De ce depinde alegerea unui anumit procedeu în fiecare caz concret?

LITERATURĂ SUPLIMENTARĂ

1. Avercenko A.T., Spletnea (Minciuna); Britva v kisele. (Lama din jeleu). M., 2000.

2. Bezzubţev S.A., Sluhi, kotorîe rabotaiut na vas. (Zvonurile care vă favorizează). SPb., 2003.

3. Gogol N.V., Mertvîe duşi (Suflete moarte); Socin. V 2 t., t. (Opere în 2 vol.),vol.2. M.,1969.

4. Grigulevici I.R., Istoria inkviziţii 13-20 vv (Istoria inchiziţiei – sec.13-20. M., 1970.

5. Dmitriev A.V.,Latînov V.V.,Hlopiev A.T., Neformalnaia politiceskaia kommunikaţia (Comunicarea politică neformală), M., 1996.

6. Dmitriev A.V.,Toşcenko J.T., Obşcestvennoe mnenie v sisteme informaţionno-psihologiceskoi bezopasnosti (Opinia publică în cadrul sistemului de securitate informaţional-psihologică); Problemî informaţionno-psihologiceskoi bezopasnosti. (Sbornik statei i materialov conferenţii). (Probleme de securitate informaţional-psihologică Culegere de studii şi conferinţe). M., 1996.

7. Lineburger P., Psihologiceskaia voina (Războiul psihologic). M., 1962.

8. Lenin V.I., Reci pri zakrîtie siezda 16 marta (Cuvântare la închiderea lucrărilor unui congres, 16 martie); Poln. sobr. socin. 5 izd.,T.43. (Opere complete, ed. a 5-a, vol. 43).

9. Sorokin P.A., Dolgij puti. Avtobiograficeskij roman (O cale lungă. Roman autobiografic). Sîktîkvar, 1991.

10. Platonov K.K., Psihologia religii (Psihologia religiei). M., 1967.

11. Pliusnina A., Sluhi v banke. Stoit li borotsea? (Zvonurile bancare. Merită oare să le înfrunți?); Bankovskoe delo v Moskve (Afacerile bancare din Moscova). 1998, nr. 8 (44).

12. Revoliuționnîi nevroz (Nevroza revoluționară). Antologie de Bokovikov A.K., 1998.

13. Russkaia revoliuția glazami ee sovremenikov i uciastnikov (Revoluția rusă văzută de contemporani și participanți). Roma,1981.

14. Hlopiev A.T., Gruppovoe i massovoe soznanie v pole sluhov (Conștiința de grup și de masă în sfera zvonurilor); Problemî informaționno-psihologiceskoi bezopasnosti (Probleme de securitate informațional-psihologică). M., 1973.

15. Șarif Ia.M., Gazeta i derevnea (Ziarul și satul). M.; L.; 1924.

16. Șerkovin Iu.A., Psihologiceskie problemî massovîh informaționnîh proțessov (Problemele psihologice ale proceselor informaționale în masă). M., 1973.

17. Șerkovin Iu.A.,Nazaretean A.P., Sluhi kak soțialnoe iavlenie i kak orudie psihologiceskoi voinî (Zvonurile percepute ca fenomen social și ca armă în războiul psihologic); Psihologiceskii jurnal (Revista de psihologie). 1984. Vol. 5, nr. 5.

18. Șerbatîh Iu.V., Psihologia straha. Populearnaia ențiklopedia (Psihologia fricii. Enciclopedia pentru toți). M., 2001.

19. Allport G.D., Postman L., The psychology of rumor. N.Y.,1947.

20. Brown J.A.C., Techniques of persuasion. From propaganda to brainwashing. N.Y.,1975.

Lecția 6

Campaniile publicitare, „tehnologiile murdare" și „black PR"

În prezent, în conștiința majorității rușilor s-a instaurat o atitudine negativă față de specialiștii în tehnologie politică. În cadrul experimentelor psiholingvistice, expresia „tehnologie politică" este asociată de majoritatea respondenților cu cuvântul „murdară", iar PR (public relations) se asociază cu determinativul „negre". Aș evidenția două cauze ale unei asemenea stări de lucruri.

Una din acestea constă în faptul că, o dată cu schimbarea regulilor jocului politic la cumpăna dintre anii '80 și '90 în această sferă s-au aventurat o mulțime de diletanți. Lecturând câteva broșuri americane și autoproclamându-se printr-un cuvânt greu de pronunțat în rusește, dar care îi hipnotizează pe clienții cu dare de mână – „imagemakers" – acești oameni au început să inventeze tot soiul de „găselnițe" pentru a „aburi" electoratul (fără a-și da seama, uneori, că toate acestea au fost demult inventate și experimentate).

Unui diletant din orice sferă de activitate, dar mai ales din cea a luptelor corp la corp (sportivii cunosc bine acest lucru), îi este caracteristică iluzia că încălcarea regulilor crește probabilitatea succesului. Acestuia nici prin cap nu-i trece că la baza tehnologiilor moderne se află disputele din anii '30-'60 pe teme de „propagandă și morală", „propagandă și cinste" sau despre existența unui cod profesional al onoarei. Sau, și mai bine, consideră onoarea profesională o prejudecată anacronică. De bună seamă, un tehnolog-diletant se poate

bucura de succes atât timp cât are de-a face cu cei de teapa lui. E de ajuns însă să dea peste un adversar profesionist şi atunci toate „ţepele" subtile vor deveni disfuncţionale, căci adversarul le cunoaşte şi şi-a pregătit din timp o apărare flexibilă. Într-o activitate profesionistă, este mult mai *rentabil* să fii un om onest decât o lichea. Aceasta însuşire extraordinară a moralei se manifestă în orice comunitate normal organizată şi aceasta a fost evidenţiată de mulţi gânditori iluştri, de la Socrate („Cunoaşterea înseamnă virtute, iar necunoaşterea este izvorul tuturor viciilor") şi până la Lev Tolstoi („Nouă din zece fapte urâte ale omului pot fi explicate exclusiv prin prostie"). Dacă n-ar fi aşa, atunci morala socială ar fi sucombat imediat după naştere.

Atunci când concurează profesioniştii, campania se desfăşoară fără procedee josnice şi insinuări. Fiecare înţelege că orice acţiune murdară va fi un pretext pentru o contralovitură – efectul bumerangului – şi că aceasta le va oferi concurenţilor încă un motiv informaţional pentru autoprezentare etc. Echipa de consultanţi, care şi-a elaborat un sistem sigur de apărare, se ocupă de promovarea „mărfii" sale. „Şamponul nostru", conform calităţilor sale de consum, este superior „şamponului obişnuit" – iată o formulă corectă de campanie publicitară. Dacă însă într-o campanie alternează „împroşcarea cu noroi", atunci se poate afirma cu siguranţă că acolo activează diletanţi.

Să nu vi se pară cinic, că pentru un tehnolog, diferenţele dintre şampon, candidatul pentru alegeri prezidenţiale şi doctrina ideologică sunt secundare: propaganda[7] comercială şi cea politică au multe mecanisme comune.

---

[7] Termenul respectiv provine din cuvântul latin *propagare* – a semăna, a răspândi. În ţările latine (Italia, Franţa, Spania ş.a.), acesta are conotaţii negative, căci a fost pus în circulaţie de biserica catolică: în 1622 a fost publicată bula Papei de la Roma – Propaganda Fidei –

Există încă o formulă care la prima vedere ar putea părea echivocă, dar care trebuie însușită ferm de către toți cei care se ocupă de tehnologiile sociale: *campania publicitară trebuie să comunice adevărul, numai adevărul, foarte mult adevăr, dar niciodată tot adevărul.*

Abilitatea de a menține echilibrul funcțional al adevărului este un indiciu important al competenței profesionale a psihologului nu numai în politică, ci deseori și în munca de laborator, și în cadrul terapiei. Atunci când psihologul s-a îndepărtat de principiile adevărului, el alunecă în escrocherie, cu toate consecințele care decurg din aceasta. Renegând principiul funcționalității, psihologul se simte în derivă în cadrul unui alt discurs. Și atunci clientul va avea parte de o lecție în loc de recomandații, în loc de ședință terapeutic se va alege cu o consultație, iar în locul unui text publicitar va primi unul savant (sau semidoct).

În ultimul caz, consultantul va juca rolul unui expert și nicidecum pe cel al unui tehnolog. Astfel de situații se mai întâmplă, și atunci când aceste roluri se confundă, au loc confuzii.

În 1989, în orașul ucrainean Zaporojie a fost elaborat proiectul unui pod cu autostradă peste Nipru. Acesta trebuia să fie unul din cele mai lungi poduri din Europa și costurile lui se ridicau la câteva sute de milioane de ruble. Însuși costul în sine, un cost imens al proiectului, genera o atitudine ambiguă. Pe lângă toate acestea, autostrada trebuia să treacă prin insula Hortița, care este o valoare ecologică și istorică: aici exista un ecosistem unicat

---

care a pus temelia activității de misionariat. În țările din grupul de limbi germanice (Germania, Anglia, SUA), cuvântul se asociază deseori cu dr. Goebbels și ministerul lui. În cultura rusă și în alte culturi slave, acest cuvânt și-a păstrat o nuanță echivocă în memoria tendințelor totalitariste ale partidelor marxist-leniniste.

şi tot aici îşi avea originea şi Secea Zaporojană. Prin urmare, s-au sesizat „verzii" şi cazacii.

Aprobarea şi acceptarea proiectului promiteau foarte mari dividente iniţiatorilor săi, printre care figurau şi autorităţile municipale, care se străduiau cu orice preţ să dea undă verde afacerii. S-au decis să apeleze la ajutorul savanţilor moscoviţi şi să comande o expertiză umanitară. Se înţelegea de la sine că savanţii vor aprecia numaidecât măreţia celor puse la cale şi-i vor ajuta „să treacă" proiectul.

Însă grupul interdisciplinar de analişti, studiind în detaliu situaţia, a demonstrat că problemele legate de transport (prin actualitatea cărora era motivat proiectul) pot fi soluţionate şi fără a se construi un pod nou, prin mijloace mult mai modeste. Mai mult decât atât, directorul firmei de consultanţă, cunoscutul psiholog A.U. Haraş, conştientizând importanţa de stat a acestei afaceri, a reuşit să apară la televiziunea locală şi să aducă la cunoştinţa publicului concluziile echipei de specialişti.

Clienţii au rămas extrem de nemulţumiţi de rezultat şi blestemau ziua în care s-au legat cu „muscalii"[8]. De altfel, ei nu comandaseră o campanie de promovare a proiectului, ci o expertiză umanitară...

(E adevărat, ulterior s-a găsit o soluţie de compromis, mai puţin ambiţioasă dar care era mai mult sau mai puţin acceptabilă pentru ambele tabere).

Acceptând invitaţia, consultantul trebuie să-şi clarifice pentru sine, iar de multe ori chiar să poată să-i explice clientului ce vrea el (clientul) şi ce vor concurenţii săi, căci uneori aceste lucruri nu sunt evidente. De exemplu, angajându-se într-o campanie electorală, mulţi dintre candidaţi, de obicei, nu-şi planifică şi nici nu vor să iasă învingători. În acest caz, paleta de motivaţii reale este deosebit

[8] Muscali – poreclă fără conotaţii depreciative dată ruşilor – *n.tr.*

de diversă: să-şi facă publicitate lor sau firmei lor, să se bucure temporar de imunitate sau să facă troc de voturi etc.

Iată unul din cele mai cunoscute exemple. Rezultatul alegerilor prezidenţiale din Rusia (în 1996) a fost pronosticat cu o foarte mică marjă de eroare încă de la începutul campaniei (când rating-ul preşedintelui în exerciţiu era de doar cinci procente), căci dintre toţi candidaţii numai B.N. Elţin îşi dorea să rămână preşedinte al Rusiei şi doar echipa sa era orientată spre acest obiectiv.

Doar factorii medicali ar fi putut să împiedice atingerea acestui obiectiv. Şi astfel de factori aproape că au schimbat desfăşurarea evenimentelor: cu câteva zile înainte de cel de-al doilea tur de scrutin, preşedintele a suferit un grav atac de cord. S-a răspândit zvonul că preşedintele a decedat, zvon reluat chiar şi într-o emisiune tv, iar prezentarea preşedintelui în direct „în carne şi oase" era imposibilă.

Se instalase o situaţie extraordinar de prielnică pentru candidatul comuniştilor. E adevărat că protejaţii puterii de atunci au reuşit în acea situaţie, printr-o inducere în eroare, să nu permită apariţia (plătită) la postul naţional de televiziune a reprezentanţilor comuniştilor, temându-se că aceştia vor anunţa public moartea iminentă a preşedintelui şi atunci ei vor trebui să declare cel puţin incapacitatea fizică a acestuia, incapacitate mascată cu mari eforturi. Însă Partidul Comunist al Federaţiei Ruse s-a împăcat uimitor de uşor cu eşecul. Liderii acestuia n-au agitat spiritele, n-au făcut scandal, n-au reactivat stufosul aparat propagandistic, care dacă era inclus la putere maximă putea duce la câştigarea alegerilor de către comunişti. E pur şi simplu îngrozitor de imaginat cum ar fi decurs ulterior evenimentele.

Ţara a fost salvată de faptul că „pericolul" neaşteptat de a pune mâna pe putere a declanşat panica la nivelul

superior al conducerii comuniste. În acea vreme, politicienii se instalaseră confortabil în opoziție și nicidecum nu erau pregătiți să ia puterea de stat; ei doar declarau acest lucru, pe când în realitate nu au îndrăznit să facă uz de acestă mană cerească. Reportajul din noaptea de după alegeri de la sediul lor a produs un efect comic: era bătător la ochi contrastul dintre conținutul interviului (șefii de la sediu central afirmau că rezultatele au fost, desigur, măsluite și victoria le-a fost furată mișelește) și expresiile fericite de pe fizionomii – pe acestea se putea citi o ușurare de nedescris...

Așadar, măiestria consultării politico-psihologice constă în definirea clară și realistă a problemelor, corelându-le cu pretențiile clientului și resursele financiare ale acestuia și structurarea, în raport cu acestea, a informației în timp și spațiu. E nevoie de cunoștințe profesioniste, de experiență și de intuiție, „fiica experienței". Când toate acestea sunt lipsă, „imagemaker"-ului nu-i mai rămân pentru a-și acoperi onorarul decât faimoasele „PR negre". Deși unii fac aluzie la faptul că nici măcar nu știu ce-ar însemna acestea. Și poate chiar într-adevăr nu știu, de aceea expresia luată în ghilimele ar trebui explicată pe scurt.

Sub noțiunea de „black PR" se ascund patru elemente de bază (nu numaidecât în această ordine): *răspândirea intenționată a zvonurilor, informația falsă, procedee subliminale de acțiune și propaganda neagră.* Le-am acordat atenție suficientă zvonurilor, unor oameni maturi nu mai trebuie să le explic ce înseamnă minciuna, așa că vom analiza doar ultimele două componente.

Definim ca *subliminală* (sub pragul conștiinței) o astfel de influență comunicațională care se desfășoară în afara atenției și conștiinței adresantului. Ca exemplu canonic servește, de obicei, cel de-al douăzeci și cincilea cadru, despre care se pare că au auzit cu toții.

Viteza obişnuită a peliculei necesară pentru a percepe mişcarea este de douăzeci şi patru de cadre pe secundă. Procedeul constă în faptul că în peliculă este montat încă un cadru, al douăzeci şi cincilea, care nu are nici o legătură cu subiectul filmului, dar care licăreşte în fiecare secundă în faţa spectatorului. Practic, acest cadru nu poate fi fixat cu ochiul liber iar omul nici nu observă şi nici nu conştientizează că ar fi văzut şi altceva decât filmul propriu-zis. Însă licărirea în faţa ochilor a uneia şi aceleeaşi imagini generează o dorinţă obsesivă. De exemplu, dacă pe acest cadru era un clip publicitar „Coca-cola", atunci, la sfârşitul filmului, la chioşcul de băuturi de lângă cinematograf rândul va fi mult mai mare.

Acest efect, demonstrat pentru prima oară în 1957 de către psihologul american G. Vikery, poate suferi o mulţime de modificări tehnice. Pe acelaşi ecran, de exemplu, sunt orientate două proiectoare, unul dintre acestea proiectând filmul, iar celălalt „împuşcând" la fiecare secundă, mult mai slab, un cadru publicitar. Cu acelaşi succes poate fi utilizată şi pelicula audio. Cu câţiva ani în urmă, un post moscovit de radio şi-a organizat un scandal „apărându-se" de învinuirea că şi-ar fi montat în emisiunile sale anumite sunete care amplificau atracţia sexuală.

În anul 2000, s-a anunţat în presă că unei companii de televiziune din Ecaterinburg, ATN, i-a fost, într-adevăr, ridicată licenţa. S-a adeverit că în emisiunile acestei televiziuni era montat un al douăzeci şi cincilea cadru, în care era scris cu litere mari: „doar ATN".

În acelaşi an, în faţa unui judecător din Texas s-au prezentat proprietarii unei agenţii matrimoniale. Experţilor din Societatea de protecţie a consumatorului li s-a părut suspect procentul foarte ridicat de căsătorii încheiate prin intermediul acestei agenţii. Ei au demonstrat cu uşurinţă că pe videocasetele de prezentare a pretendenţilor şi

pretendentelor era inclus al douăzeci şi cincilea cadru cu cuvinte din faimoasa piesă a grupului Beatlles „Love me do!"(Hai, iubeşte-mă!). Cu toate acestea, procesul nu a putut fi dus până la capăt din cauza faptului că nici unul dintre „păgubaşi" nu a vrut să fie martor al acuzării – toţi au declarat că sunt fericiţi în noua căsătorie...

În 1976, la un curs al profesorului K.K. Platonov, s-a vorbit despre un experiment pus la cale de un discipol al profesorului, un ofiţer tânăr, pentru a le demonstra generalilor sceptici posibilităţile disciplinei sale. Sub pretextul verificării marinarilor de pe submarine la rezistenţa faţă de stresul cauzat de zgomot, în cabinele marinarilor se transmitea timp de câteva ore pe zi, de la o sursă centrală, un „zgomot alb", adică o îngrămădire haotică de sunete lipsite de sens. Pe lânga aceasta, în cabinele marinarilor care divorţaseră în ultimii doi ani, se transmitea un zgomot şi de la altă sursă. Acolo zgomotul alb era „colorat" de vocea unui bărbat care repeta în permanenţă aceeaşi propoziţie: „...Da, ce bună era soţia ...". Puterea acestui sunet era calculată astfel ca să nu se observe din vacarmul general. Ajunşi însă la mal, majoritatea „victimelor" experimentului s-au întors la fostele soţii.

O firmă americană de publicitate le-a demonstrat scepticilor în felul următor eficacitatea activităţii lor.

La intrarea într-un supermarket stătea un tânăr sfios cu un reportofon. Acesta li se adresa cumpărătorilor (majoritatea erau femei) cu rugămintea de a îi explica de ce au ales tocmai şamponul pe care-l cumpăraseră şi nu altul. „Probabil, aţi văzut reclama noastră?" – întreba tânărul. Reacţia respondendelor era caracteristică: „Ce prostie! Cum aţi putut să credeţi una ca asta? Eu detest publicitatea! Semăn eu cumva cu o tipă care se uită la clipuri publicitare?!" Ca răspuns, tânărul părea că se

intimidează şi mai mult: „Scuzaţi-mă, am spus aşa o prostie! Orice om cu experienţă şi-ar fi dat seama dintr-o dată că dvs nu sunteţi din cele care pierd timpul cu reclame... Dar, fiţi drăguţă, poate îmi puteţi, totuşi, spune de ce aţi ales anume această marfă?"

Înduioşându-se, doamnele începeau să-i înşire raţiona- mentele lor. Textele culese astfel erau comparate ulterior cu textul clipului publicitar. În majoritatea cazurilor, era evidentă coincidenţa textuală.

De altfel, de aici ne putem da seama că publicitatea acţionează deseori la limita metodei subliminale. Se apelează şi mai mult la această metodă în cadrul propagandei politice.

„Cu un aruncător de grenade pot fi ucişi cinci imperialişti americani. De câte aruncătoare de grenade este nevoie pentru a nimici douăzeci de imperialişti?" – de probleme de acest gen abundă manualele şcolare de aritmetică editate în Vietnam în anii 70. Psihologii americani, analizând manualele Germaniei fasciste şi ale altor state, inclusiv ale Statelor Unite, au ajuns la concluzia că anume lecţiile de matematică şi nu cele de istorie sau literatură influenţează extraordinar viziunea copiilor asupra lumii. În manualele disciplinelor umanitare, propaganda se face la modul direct, întâmpinând o rezistenţă semantică normativă şi o evaluare mai mult sau mai puţin conştientă a tezelor. În matematică, atenţia este concentrată asupra cifrelor şi formulelor, fondul ideologic rămâne la periferie şi treptat, printr-o repetiţie disimulată, valorile necesare sunt introduse în subconştientul copilului. În aceasta constă esenţa celui de-al douăzeci şi cincilea cadru şi pentru a inventa noi şi noi variante e nevoie doar de puţină fantezie.

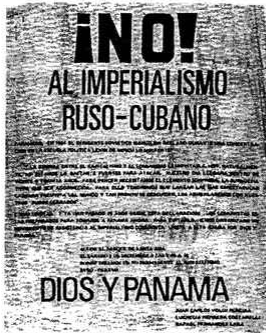
Într-un film din anii '70, cu desene animate despre Scufiţa Roşie, autorii i-au pus pe cap Lupului un chipiu cu secera şi ciocanul şi au imprimat englezei lui un pronunţat

accent rusesc. În benzile desenate pentru copii care au invadat Chile pe timpul lui Pinocet, două dintre cele mai oribile personaje purtau bărbi caracteristice, se numeau Mark şi Enhel şi se adresau unul altuia cu apelativul „camarada" – tovarăşe! Iar în spectacolul radiofonic „experimental" amintit anterior despre invadarea Americii Latine de către extratereştrii de pe planeta vecină, înfricoşătorii marţieni-vampiri nu erau numiţi alfel decât „marsişti".

Într-o lecţie precedentă s-a vorbit şi despre felul cum conducerea falimentară a unui studio TV, străduindu-se să sensibilizeze spectatorii, a montat într-un colţ al ecranului un logo – „Astăzi susţinem NTV" – şi la un interval de câteva minute licărea pe ecran un enunţ scris cu litere mari: „Mulţumim spectatorilor pentru susţinere!"

Toate exemplele prezentate sunt variante ale aceluiaşi efect: programul ideologic şi (sau) comportamental este inculcat în subconştient printr-o reluare disimulată, evitând perceperea conştientă şi rezistenţa semantică faţă de text. Când însă omul conştientizează că se încearcă a-l convinge de ceva, atunci nu mai poate fi vorba de o influenţă subliminală, oricât de obscen, mincinos sau „întunecat" ar fi conţinutul subiectului respectiv.

Propaganda neagră presupune o informaţie cu indicarea unei surse false. Prin aceasta se deosebeşte de propaganda *albă* şi *cenuşie*, cea dintâi indicând o sursă adevărată (fig.20) iar cealaltă neindicând sursa (fig.21).



NU imperialismului ruso-cubanez!

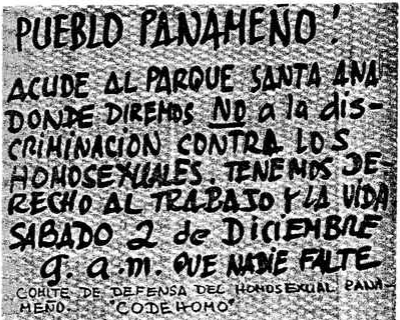
Cetăţeni ai Panamei! În 1951, conducătorul sovietic Manuilski a declarat la o întrunire din Moscova, în cadrul Şcolii leniniste internaţionale: „Războiul dintre capitalism şi comunism este inevitabil. Deocamdată, nu avem forţa necesară pentru un atac decisiv, dar timpul nostru va veni peste 20-30 de ani. Pentru victorie avem nevoie de factorul-surpriză, de aceea trebuie să slăbim vigilenţa burgheziei. Trebuie să declanşăm o nemaiîntâlnită campanie pentru pace în toată lumea, iar când duşmanii noştri se vor relaxa îi vom ataca cu toată puterea".

Concetăţeni! De la această declaraţie au trecut 25 de ani! Comuniştii sunt gata să pună mâna pe Panama. Pentru a-i împiedica să facă acest lucru noi am organizat o mişcare de rezistenţă în faţa imperialismului comunist şi am denumit-o „Dumnezeu şi Panama". Luptaţi alături de noi.

Veniţi sâmbătă, pe 2 decembrie, la ora 9, la un miting în parcul Sfânta Ana, unde vom spune toţi împreună „NU" imperialismului ruso-cubanez.

Semnat: Dumnezeu şi Panama; numele a trei organizatori.

Fig.20. Exemplu de propagandă albă. Manifestul a fost răspândit în 1976, în capitala Republicii Panama. Făcând abstracţie de conţinutul mincinos, manifestul se prezintă ca o propagandă albă, fiind indicată sursa reală a declaraţiei.


PUEBLO PANAMENO!
ACUDE AL PARQUE SANTA ANA
DONDE DIREMOS NO a la dis-
CRIMINACION CONTRA LOS
HOMOSEXUALES. TENEMOS DE-
RECHO AL TRABAJO Y LA VIDA
SABADO 2 de DICIEMBRE
9. a.m. QUE NADIE FALTE
COMITE DE DEFENSA DEL HOMOSEXUAL PANA-
MENO "CODEHOMO"

Panamezi! Veniți în parcul Sfânta Ana unde vom spune NU descriminării homosexualilor. Și noi avem dreptul la muncă și la viață. Să nu încercați să lipsiți sâmbătă, pe 2 decembrie, la ora 9.

Semnat: Comitetul panamez pentru apărarea homosexualilor „Codehomo".

Fig. 21. Un exemplu de propagandă cenușie. Foaia volantă tipărită la sticlograf a apărut ca răspuns la cea lansată cu o zi înainte (fig.20). Se înțelege că semnătura este inventată; avem de a face cu un exemplu de propagandă cenușie care exploatează tradiționala atitudine depreciativă a latino-americanilor față de homosexualitate. Unul din liderii partidului comunist local (Partidul Popular Panamez) era foarte mândru de ingenioasa lui provocare. Într-adevăr, mitingul anticomunist a fost compromis cu mult succes: la ora anunțată, temându-se represalii, dispăruseră din parc chiar și vizitatorii fideli (inclusiv homosexualii care aleseseră acest parc pentru întâlnirile lor).

Dar, așa cum fuseseră preveniți de consultanții din Moscova, acțiunea nu s-a terminat cu bine. Adepții tineri ai PPP care s-au oferit să distribuie foile volante fără ca cel puțin să le citească (atât de necondiționată era încrederea lor în partid) au observat că trecătorii, după ce citeau textul, se uitau la ei chiorâș. După ce au citit și ei textul, au înțeles că au fost puși de conducerea partidului într-o situație penibilă. Scandalul iscat a dus la o nouă sciziune în partid...

Sub semnătura unuia dintre candidați sunt răspândite foi volante care conțin elemente ofensatoare la adresa celorlalți (aceștia, fără a clarifica problema, fac plângere la Biroul Electoral Central, între concurenți încep reglările de conturi, iar în acest timp, echipa provocatorului câștigă puncte). Din unele foi volante puteți afla fabulații despre urmărirea penală a candidatului și rugămintea acestuia de a fi votat și a obține imunitate parlamentară; în caz contrar, „dacă N nu va ajunge în Dumă, va ajunge la închisoare". Pe astfel de enunțuri false niciodată nu este indicată adresa tipografiei, însă cititorii nu observă asemenea mărunțișuri.

Uneori însă sunt folosite și foi volante adevărate, sustrase din sediul unuia dintre candidați sau comandate în secret, ca tiraj suplimentar, la tipografie. Imaginați-vă că dimineața, deschizând ușa apartamentului, găsiți foi volante bine lipite cu clei de silicon de ușa dvs și de ușile vecinilor. Toate cuvintele pe care le vor rosti vecinii încercând să spele de clei ușile, cad într-un fel sau altul în pușculița adversarilor candidatului respectiv. Dacă, bineînțeles, locatarii sunt într-atât de naivi încât să nu își dea seama ce e la mijloc.

Se poate ceva și mai „ingenios": să lipiți foile volante ale adversarului pe parbrizul mașinilor parcate pe stradă, exact în fața șoferului, și mai ales iarna! (Cu câțiva ani în urmă, într-un oraș din nord șoferii enervați mai că nu l-au pus pe un băiat prins când lipea foile pe parbriz să le lingă cu limba).

Variantele particulare ale acestui procedeu, cât se poate de primitiv, sunt destul de diversificate. Bădărani în stare de ebrietate (sau prefăcându-se beți) împart trecătorilor indignați foi cu însemnele adversarilor... Pe stradă își fac apariția băieței cu alură de homosexuali și cu voci enervant-efeminate ducând placarde pe care e scris „Votați pentru N, candidatul nostru!"

Se poate, desigur, și fără foi volante. La discotecă, dint-o dată, muzica este oprită, apare un bărbat în vârstă, la costum, și începe cu o voce tărăgănat-enervantă să le explice

tinerilor de ce aceştia ar trebui să-şi dea votul pentru un anumit candidat. Peste jumătate de minut, sala răsună de fluierături şi comentarii la adresa agitatorului şi a „candidatului său".

Şi iată, se pare, şi un record într-ale mârlăniei. Bătrânilor din sat li se aduc în dar ...prezervative. Nişte adolescenţi spilcuiţi şi voit impertinenţi le explică bătrânilor la ce servesc şi cum trebuie folosite prezervativele, încearcă să-i convingă că acesta e cel mai de preţ suvenir şi că n-au aflat până acum despre aceste desfătări doar din cauza ignoranţei lor. E de la sine înţeles, că donatorul cu dare de mână e candidatul concurent...

Vorbind despre toate aceste ticăloşii, vreau să accentuez încă o dată că instaurarea diletantismului în psihologia politică rusă şi contemporană cu o atitudine tipică diletanţilor, de dispreţ faţă de normele morale şi incapacitatea de a gândi pe termen lung, prevenind repercusiunile, reprezintă una din cauzele unei anumite atitudini a oamenilor faţă de „tehnologiile" politice.

O altă cauză de ansamblu este lipsa de experienţă politică a publicului „postsovietic", lipsa oricărui progres în cadrul instituţiilor societăţii civile şi marginalizarea libertăţilor politice în sistemul de valori al conştiinţei de masă. Toate aceste motive îl fac pe omul de rând să fie cât se poate de expus la procedeele de manipulare. Este surprinzător acest lucru, pentru că o astfel de maleabilitate contrastează cu nivelul de instruire al ruşilor, cum de altfel contrastează şi cu nivelul scăzut de trai.

Personal, înţeleg că este vorba doar de un fenomen temporar. Aflăm din istoria tehnologiilor politice că doar cu câteva zeci de ani în urmă şi occidentalii erau tot atât de influenţabili şi că nici în prezent nu dau dovadă întotdeauna de o gândire politică independentă (să ne amintim cât de uşor europenii şi americanii s-au lăsat „aburiţi" de propaganda maniheistă care însoţea aventura iugoslavă a NATO în 1999).

Vorba e că tărăgănarea perioadei de tranziție în politică și în conștiința maselor nu a jucat un rol decisiv în destinul țării...

Ne-am obișnuit ca subiecții politici (alegătorii) din fiecare țară să se împartă în trei categorii: „poporul", „electoratul" și „cetățenii". În Rusia contemporană, se încadrează în prima categorie alegătorii dispuși să-și schimbe alegerea chiar în incinta secției de votare și care se lasă ușor convinși de un „sfat" spus pe un ton imperativ. Cea de-a doua categorie vizează persoanele care vin la secția de votare cu o părere gata formată, dar și aceștia, ca și cei din prima categorie, se orientează prin excelență spre criterii ca vârsta candidatului, înfățișarea, calitățile fizice (e sportiv etc.), vocea plină de bărbăție, reputația de familist, apartenența sexuală, etnică etc. Aceștia sunt oameni care pot să dezavueze trucul cu donația de prezervative, dar care încă se mai lasă „cumpărați" de trucul cu agitatorii „homo". În fine, cei din categoria a treia – cetățenii – sunt capabili să compare programele candidaților, calitățile politice și profesionale ale acestora.

E limpede că predispoziția acestor trei categorii către manipulare și coraportul dintre ele definesc, în ansamblu, gradul de manipulare al unei societăți. E de asemenea clar că acest coraport este, din punct de vedere istoric, variabil. În ultimul timp, în unele țări s-a considerat necesară anularea interdicțiilor asupra unor acțiuni care, în alte țări, sunt considerate manipulative, fiindcă nivelul conștiinței civice exclude influența acestora asupra comportamentului electoratului. De exemplu, în Danemarca sau în Suedia se permite anunțarea primelor date referitoare la numărarea voturilor chiar pe parcursul zilei în care au loc alegerile, deși în Rusia sau, să zicem, în SUA, un astfel de procedeu ar fi în stare să influențeze decisiv rezultatul alegerilor.

În URSS, tehnologiile electorale au rămas primitive și grosolane până la mijlocul anilor '80. De la manipulatorii de conștiință nu se cerea o anumită abilitate sau o fantezie bogată

– controlul ideologic generalizat şi blocada informaţională făceau aceste lucruri inutile. De regulă, efectul general era garantat. Existau, desigur, mici erori, însă acestea nu influenţau în nici un fel evaluarea activităţii propagandiştilor – nota acestora era în mod stabil una mică (!). Frazele de serviciu despre ineficacitatea propagandei sovietice conţineau şi o aluzie la faptul că avantajele socialismului sunt incontestabile şi se văd pretutindeni, iar dacă „pe la noi, câte cineva, uneori" mai pune la îndoială acest lucru e doar din cauză că propagandiştii comunişti le cedează în măiestrie celor burghezi.

În 1986, un grup de psihologi, conştientizând rezultatele cercetărilor din ţară şi din străinătate referitoare la însuşirile gândirii stereotipe, a lansat, în cadrul unui simpozion reprezentativ, o tează neobişnuită. Noi făceam o aluzie subtilă la faptul că propaganda sovietică era *din cale afară de eficientă*, situaţie care avea repercusiuni negative pentru societate. Obiectivul savanţilor – psihologi, pedagogi, sociologi – este de a contribui nu la creşterea (conform unor formule standard ale timpului), ci la *diminuarea* eficienţei propagandei, şi de a educa personalităţi capabile să facă faţă oricăror influenţe. Omul educat prin stereotipuri şi „truisme culturale" este deosebit de vulnerabil: aflându-se în câmpul unei informaţii distonante, stereotipul nu are tendinţa de a se distruge ci de a se transforma, adică acesta se păstrează schimbându-şi doar valenţa (însemnul emoţional); ceea ce este indiscutabil pozitiv se transformă în ceva indiscutabil negativ şi invers.

Imunitatea ideatică se constituie printr-o comunicare *în dialog*: impresia despre subiect trece prin filtrele analizei critice, omul ia cunoştinţă de punctele alternative de vedere şi este dispus să le discute. Prin urmare, e timpul să restructurăm la nivel profesionist întreg sistemul de instruire şi propagandă. Drept confirmare au fost prezentate date şi exemple concrete ale reacţiilor inadecvate ale cetăţenilor sovietici în situaţii ideologice situate în afara standardelor.

Se înțelege că „tovarășii mai mari" au ripostat cu fermitate, învinuindu-ne de „predispoziții către paradoxuri și comportament epatant"; am rămas fiecare cu opinia sa. Pe atunci nici nu ne puteam imagina cât de repede vor evolua și ce rol decisiv pentru țară vor avea mecanismele remarcate de noi.

Supapele deschise ale „restructurării", torentele noi de informații și interpretări ingenioase au invadat conștiința cotidiană și în doar câțiva ani, mase de concetățeni erau predispuși să se considere pe sine, poporul și țara lor ca cele mai abjecte lucruri din lume, iar pe fiecare politician occidental drept un conglomerat de virtuți imaginabile și de neimaginat. Mulți erau în stare să afirme că noi nu am repurtat victoria în cel de-al doilea Război Mondial ci, „în realitate", „am acoperit inamicul cu trupuri", că în zadar cheltuim atâtea resurse pentru cercetarea Cosmosului, că națiunile din fosta Uniune Sovietică s-au urât dintotdeauna între ele, și că în genere toată istoria nu-i nimic altceva decât un lanț interminabil de fărădelegi și ticăloșii. Iar pentru a ajunge la atât de doritul comunism (imaginea aceasta a rămas fixată dur în subconștient), e suficient doar să copiem orice stat „civilizat".

Acesta a fost un adevărat triumf al stereotipurilor cu valență inversată. Imaginile standard ale trecutului, prezentului și viitorului s-au dovedit a fi într-atât de rigide încât nu cedau la înrâurirea distructivă și, sub presiunea uraganului informațional, își schimbau valența. Toate acestea aduceau ba cu o flotilă din corăbioare de gumă cu centrul de greutate deplasat, ba cu o peliculă montată în proiector de un mecanic cu două mâini stângi.

Contrastul paradoxal dintre nivelul înalt de instruire și capacitatea redusă de percepere critică a generat rezultatul legic al revoluției culturale, al sistemului autoritar de instruire și al unui sistem propagandistic rupt pentru mult timp de lumea externă. Probabil că predispoziția „oamenilor sovietici" față

de procedeele de manipulare este, în mare, o moştenire a instruirii sovietice, structurată pe stereotipuri şi truisme...

Spuneam în cadrul cursului introductiv că, personal, consider problema educaţiei drept cea mai importantă problemă a psihologiei politice ca ştiinţă. Cu cât oamenii cunosc mai multe despre mecanismele propriului comportament, mai ales a celor iraţionale, şi despre potenţiale procedee de manipulare, cu atât sunt mai dificil de manipulat. Şi cu atât mai multă măiestrie profesională li se cere celor care se ocupă de influenţarea conştiinţei sociale.

Iar o dată cu măiestria vine şi demnitatea profesională. Pe măsură ce Rusia se va transforma într-o ţară a cetăţenilor, noţiunile de „tehnologie", „PR" ş.a. se vor asocia tot mai puţin cu ceva murdar şi lipsit de demnitate. Procedeele tehnologice se vor transforma în mijloace de punere în valoare şi prezentare a potenţialului uman. Nici atunci, desigur, problemele politice nu vor fi mai simple, dar vor fi soluţionate cu mai multă demnitate...

TEME PENTRU LECŢIA 6

1. Ce reprezintă „echilibrul funcţional al adevărului" ca indiciu de competenţă profesională a tehnologului?
2. Prin ce se deosebeşte problema promovării unui proiect de expertiza umanitară?
3. Denumiţi şi caracterizaţi procedeele care se referă la „PR negre".
4. Din ce cauză în Rusia contemporană sunt atât de răspândite „tehnologiile murdare"?
5. Care sunt, în opinia voastră, perspectivele de dezvoltare ale tehnologiilor politico-psihologice?

LITERATURĂ RECOMANDATĂ

1. Asmolov A.G., Prezident po vîboru: modelirovanic jelaemovogo buduşcego (Un preşedinte la alegere: modelarea viitorului dorit). M., 2002.

2. Lineburger P., Psihologiceskaia voina (Războiul psihologic). M., 1962.

3. Maksimov A.A., „Cistîe" i „greaznîe" tehnologii vîborov (Tehnologii electorale „curate" şi „murdare"). M., 1999.

4. Nazaretean A.P. Soţialnîe stereotipî v informaţionno-smîslovoi sisteme licinosti. (Stereotipuri sociale în sistemul logico-informaţional al personalităţii); Materialî vsesoiuznogo simpoziuma „Aktualnîe problemî soţialnoi psihologii" (Materiale ale simpozionului unional „Probleme actuale ale psihologiei sociale".Partea 1.) Kostroma, 1986.

5. Petrenko V.F., Osnovî psihosemantiki (Bazele psihosemanticii). M., 1997.

6. Petrenko V.F., Mitina O.V. ş.a., Psihosemanticeskij analiz ătniceskih stetreotipov: liki tolerantnosti i neterpimosti (Analiza psihosemantică a stereotipurilor etnice: aspecte ale toleranţei şi intoleranţei). M., 2000.

7. Şerkovin Iu.A., Psihologiceskie problemî massovîh informaţionnîh proţessov (Probleme psihologice ale proceselor informaţionale de masă). M., 1973.

8. Bettinghaus E., Persuasive communication. N.Y., 1968.

9. Brown J.A.C., Techniques of persuasion. From propaganda to brainwashing. N.Y., 1975.

10. Boorstin D., The image, or what happened to the American dream. N.Y., 1962.

11. Choocas M., Propaganda comes of age. N.Y., 1965.

12. Meyerhoff A.E., The strategy of persuasion. The use of advertising skills in fighting cold war. N.Y., 1965.

Dicționar terminologic

Accentuarea –una dintre tendințele care se realizează în procesul propagării *zvonului*. Detaliile subiectului, în special cele importante pentru un anumit tip de auditoriu și care din acest motiv nu pot fi supuse *atenuării*, își mărește volumul, cantitatea și importanța socială; subiectul devine mult mai funcțional.

Adaptabilitate – tendință ce se realizează în procesul propagării *zvonului*. Detaliile subiectului se adaptează la *stereotipurile* și *obiectivele* dominante în cultura respectivă, uneori ajungând la un conținut contrar celui inițial.

Agregat social – concept sociologic care desemnează o mulțime de indivizi care au în comun anumite caracteristici sociale, dar nu sunt uniți printr-un *obiectiv* și o structură de poziționare și dirijare comune, ci respectiv doar de unitatea activității sociale. Dobândind aceste însușiri, A.s. se poate transforma într-un *grup social* și, invers, în anumite condiții *grupul* se poate transforma în A.s. *Mulțimea* reprezintă una din formele particulare ale A.s.

Amplificarea – funcție a propagandei constând în susținerea impresiilor pe care și le-a făcut auditoriul, a *stereotipurilor* și *atitudinilor sociale*.

Atenuare – tendință ce se realizează în procesul de propagare a *zvonului*. Detaliile subiectului lipsite de importanță în ochii unui auditoriu dat dispar; subiectul se simplifică.

Atitudinea socială *(*engl. *attitude*) – modelul inert generalizat de reacționarea la un anumit gen de situații

sociale, la comunitatea socială (şi reprezentanţii acesteia) sau la un individ. A nu se confunda cu atitudinea motrică (*set*).

Comportament antivolitiv – tip de comportament care contravine necesităţilor legate de autoevaluare şi de cele mai multe ori orientat spre satisfacerea necesităţilor legate direct sau indirect de instinctul de autoconservare. Pentru păstrarea sau refacerea unei autoevaluări acceptabile, de obicei se declanşează mecanismele de apărare ale individului: reacţia de substituire, eliminare, raţionalizare etc.

Comportament spontan în masă – (engl. – *collective behavior)* – este un termen oarecum confuz al psihologiei politice şi sociale, prin care sunt definite anumite forme de comportament ale *mulţimii,* propagarea *zvonurilor*, uneori chiar şi moda, maniile colective, mişcările civile şi alte fenomene cu caracter de masă. Poate fi caracterizat prin următoarele simptome: antrenarea unui număr impresionant de persoane, simultaneitate, iraţionalitate (diminuarea controlului conştient) şi, de asemenea, o structurare defectuoasă, adică nedefinirea structurii de poziţionare şi conducere caracteristică categoriilor normative ale comportamentului de grup.

Comunicarea – proces de interacţiune semantică dintre oameni; se realizează prin intermediul semnelor (limbajului) de un anumit gen. Pentru psihologia politică sunt importante trei tipuri ale C.: C. *interpersonală, C. publică* şi C. *în masă.*

Comunicarea dialogată – metodă de studiu, instruire şi *propagandă* structurată pe confruntarea diferitor puncte de vedere, pe o dispută binevoitoare şi o critică constructivă. C.d. contribuie la formarea unei gândiri flexibile multilaterale şi, de obicei, împiedică crearea de *stereotipuri* social-politice.

Comunicarea interpersonală – se identifică cu schimbul de informaţii în care drept adresanţi pot servi una

sau mai multe persoane concrete. De cele mai multe ori, C.i. se realizează prin contact oral direct, dar în societatea modernă poate fi intermediată de legătura telefonică, fax, serviciul poştal sau poşta electronică.

Comunicarea în masă – interacţiunea, prin intermediul mijloacelor tehnice, asupra unui auditoriu anonim cu o legătură inversă întârziată.

Comunicarea publică – interacţiunea asupra unui auditoriu anonim deschis cu o legătură inversă nemijlocită: miting, curs etc.

Constanta antropologică – stare emoţională de masă de un anumit gen caracteristică tuturor comunităţilor umane pe parcursul tuturor etapelor de dezvoltare. Unii savanţi (A. Huggenbull ş.a.), consideră că temerile sociale şi agresiunea socială fac parte din C.a., cota acestora în paleta emoţională rămânând istoric nemodificată, pe când sursele fricii şi obiectele agresiunii se schimbă în timp.

Conversia – una din funcţiile *propagandei* care constă în transformarea radicală a ideilor, *stereotipurilor* şi *obiectivelor* auditoriului. În atribuţiile C. intră muşamalizarea şi corectarea la timp a unor aspecte neplăcute (pentru auditoriul respectiv) ale subiectului, prevenirea şi înlăturarea operativă a *zvonurilor nedorite* etc.

Conversor – psiholog-consultant, responsabil de soluţionarea cu succes în campania propagandistică a problemelor *conversiei.*

Deanonimizarea – procedeu de interacţiune orientat spre a-i scoate din anonimat pe indivizii care alcătuiesc o *mulţime agresivă*, contribuind astfel la aducerea la realitate a acestora.

Echilibru emoţional – saturarea optimă a vieţii cu emoţii pozitive şi negative. Tulburarea îndelungată a E.e. generează un val de activitate nespecifică orientat spre căutarea inconştientă a emoţiilor corespunzătoare. Una din

surse o pot constitui pseudoevenimentele virtuale în procesul circulației *zvonurilor.*

Efect subliminal (inferior pragului conștiinței) – totalitatea procedeelor tehnice care asigură influențarea adresantului în afara atenției și conștiinței lui. Include diverse subcategorii ale *efectului celui de-al douăzeci și cincilea cadru,* în formă directă sau indirectă (mai elaborată).

Efectul de bumerang – efect de influențare (de obicei, comunicativă) contrar intenției.

Efectul cadrului al douăzeci și cincilea – fenomen demonstrat pentru prima oară de psihologul american G. Vikery în 1957. Experimentul inițial consta în faptul că la o viteză a peliculei cinematografice de douăzeci și patru de cadre pe secundă, licărirea la fiecare secundă a aceluiași al douăzeci și cincilea cadru (fără nici o legătură cu conținutul filmului) nu era fixată de conștiință, dar genera o anumită doleanță. Ulterior, au fost demonstrate multiple modificări ale efectului respectiv care puneau în funcțiune nu numai percepția vizuală ci și alte canale de percepere. În prezent, în literatura politică și psihologică termenul a căpătat o vastă semnificație metaforică incluzând toate variantele *interacțiunii subliminale* asupra psihicului pentru a constitui *stereotipuri* și *atitudini sociale.*

Expertiză umanitară – metodă complexă de cercetare a unui proiect social de amploare (tehnic, economic etc.) care constă în calcularea coraportului dintre consecințele pozitive și negative ale realizării proiectului. Obiectivul E.u. se distinge strict de obiectivele marketingului, de *promovarea* proiectului și campania *publicitară.*

Fascinație – *vertij emoțional* de intensitate medie care amplifică coeziunea de grup.

Fenomenul La Pierre – discrepanță dintre *atitudinile* verbale și cele comportamentale ale populației, caracteristică unei anumite culturi. Răspunzând la anchete, oamenii sunt predispuși să afirme (mai mult sau mai puțin sincer) că vor

acționa într-un anume fel în cazul unei anumite situații, însă în situația real creată oamenii acționează cu totul altfel.

Frica nevrotică – stare emotivă obsedantă a individului sau a societății, de multe ori fără motiv, generând o reacție neadecvată față de pericolele reale sau imaginare.

Frustrare – stare psihică generată de obstacole de neînvins (sau receptate ca atare) apărute inopinat în calea spre realizarea obiectivului-țintă. De obicei, are drept repercusiuni două reacții caracteristice: sau apatia și depresiunea, sau o explozie de agresiune.

Gândire maniheistă – viziune structurată pe convingerea că intrigile Diavolului sunt cauzele oricărui rău, unelteri materializate în acțiunile intenționat-dușmănoase ale cuiva. Prin urmare, soluționarea oricărui eveniment indezirabil presupune căutarea unor dușmani și decimarea lor. Termenul provine de la numele discipolului lui Zarathustra, gânditorul religios Mani, care a trăit în Iran, în secolul III al erei noastre.

Geografia mulțimii – parametru al eterogenității spațiale și emoționale. În cadrul unor categorii ale *mulțimii*, în special la *mulțimea agresivă*, se evidențiază, de obicei, un *nucleu* mult mai dens și saturat emoțional, unde se acumulează efectele *vertijului emoțional*, și o *periferie* rarefiată. De multe ori, se observă câteva gradații ale periferiei, de exemplu, *nucleul* care acționează agresiv este înconjurat de persoane care îl susțin activ, de simpatizanți pasivi și, pur și simplu, de mulți „gură-cască".

Graficul lui Davis – o reprezentare ilustrativă a conceptului de revoluție socială structurat pe sinteza unor observații empirice impresionante. Esența conceptului constă în faptul că explozia nemulțumirilor de masă are loc nu atunci când indicii economici și alți indici obiectivi ai calității vieții sunt foarte scăzuți, ci atunci când scăderea lor relativă urmează după o creștere și se suprapune pe speranțele în creștere ale oamenilor.

Grup social – ansamblu de persoane caracterizat prin *scopuri* comune și aceeași structură de poziționare și dirijare.

Inerția psihică – influența comunicatului precedent asupra următorului comunicat. Oameni caută involuntar confirmarea primei versiuni a evenimentelor, versiune care li s-a întipărit în memorie.

Legea polarizării – o sintetizare empirică a experienței catastrofelor sociale. Esența legii: în atmosfera unui stres de masă, sentimentele și reacțiile oamenilor se polarizează. Pe de o parte, se înregistrează o explozie de disperare și înverșunare, sinucideri, dereglări mintale și patologii morale; pe de altă parte o intensificare a forțelor creatoare, o „transformare altruistă" și jertfire de sine. L.p. a fost formulată pentru prima oară de sociologul american de origine rusă P.A. Sorokin.

Medicina psihosomatică – orientare a medicinei care studiază influența stărilor psihice asupra proceselor fiziologice din organism.

Mediu rezistent la zvonuri – mediu informațional organizat optimal în care nișele sunt completate în timp util cu surse autoritare pentru auditoriul respectiv. Într-un astfel de mediu, probabilitatea apariției unui zvon este redusă, iar zvonul apărut este anihilat cu ușurință.O condiție de constituire a unui mediu rezistent la zvonuri este echilibrul emoțional din viața și activitatea *grupului.*

Modelul ecologico-sistemic – reprezentarea proceselor informaționale din societate ca un sistem unic și interdependent, prin analogie cu biocenoza. În sistemul socio-informațional se creează nișe golite de conținut care pot fi completate cu „genuri nespecifice" – *zvonuri.*

Modificări nesemnificative – funcție a *propagandei* care constă în modificarea situativă a atitudinii auditoriului față de obiect, păstrând neschimbat nucleul conceptual.

Moment psihologic – un segment scurt de timp care urmează,de obicei, după stimulentul șocant. Atunci când

individul sau (şi) mulţimea se găsesc în stare de confuzie şi sunt gata să dea curs primului impuls din exterior este momentul oportun pentru a încerca schimbarea de situaţie, a impune controlul, a preveni sau a lichida *panica.*

Mulţimea – grupare temporară de indivizi care nu reclamă obiective comune şi aceeaşi structură de poziţionare şi conducere, dar care sunt legaţi între ei prin acelaşi interes şi aceeaşi stare emotivă.

Mulţimea acaparatoare – o varietate a *mulţimii active;* dominanta emoţională a acesteia este lăcomia, tendinţa de a acapara un obiect sau o informaţie de preţ, fapt ce declanşează un conflict haotic.

Mulţimea activă – *mulţimea* care îşi exprimă o anumită stare emoţională prin acţiuni energice.

Mulţimea agresivă – una dintre categoriile *mulţimii active*; dominanta emoţională a acesteia este furia, răutatea, tendinţa distructivă.

Mulţimea convenţională – grupare de indivizi aflaţi în acelaşi loc şi la o oră definită în vederea unui eveniment anunţat anterior.

Mulţimea expresivă – *o mulţime* care exprimă ritmic una şi aceeaşi emoţie: bucurie, entuziasm, indignare ş.a.

Mulţimea extatică – varianta extremă a *mulţimii expresive.*

Mulţimea ocazională – o grupare relativ întâmplătoare de indivizi constituită în virtutea unui eveniment neaşteptat. Curiozitatea este dominanta emoţională.

Mulţimea panicată – o varietate a *mulţimii active,* în care groaza şi *panica* reprezintă dominanta emoţională.

Mulţimea rebelă – o varietate a *mulţimii active* care se aseamănă printr-un şir de simptome emoţionale şi de comportament cu *mulţimea agresivă,* dar se deosebeşte de aceasta prin caracterul de indignare socială justificată. M.r

se poate transforma într-un *grup social* dacă există un nucleu organizatoric.

Nucleul mulţimii – în plan spaţial, partea centrală a unei *mulţimi agresive*, în care se acumulează efectele *vertijului emoţional* şi se manifestă cu cea mai mare putere motivaţia emotivă (cf.*Geografia mulţimii).*

Obiectiv – modelul unui viitor necesar spre atingerea căruia este orientată acţiunea.

Obiectiv general – un astfel de *obiectiv* atingerea căruia de către fiecare dintre membrii interacţiunii depinde într-un mod pozitiv de realizarea aceluiaşi *obiectiv* de către fiecare dintre participanţi.

Panica – reacţie comportamentală *individuală*, de *grup* sau *colectivă* însoţită de o reducere semnificativă a autocontrolului volitiv. P. se poate manifesta prin acţiuni energice, dar haotice („iureşul mişcărilor"), neplanificate conştient, sau, dimpotrivă, prin *stupoare.*

Panica în masă – *panica* ce cuprinde o mulţime de oameni şi este amplificată de mecanismele *vertijului emoţional.* Într-o situaţie critică poate lua forma unei *mulţimi panicate* sau a unei mulţimi inactive, inactivitate generată de paralizia voinţei. În fine, e capabilă să se transforme într-o stare emotivă rigidă cu o înrăurire de lungă durată asupra vieţii publice.

Periferia mulţimii – partea exterioară a *mulţimii*, unde efectul *vertijului emoţional* se resimte mai slab decât în *nucleu;* prezenţa P.m. (uneori având câteva gradaţii) îi conferă *nucleului* putere de motivare emoţională, completată de senzaţia de anonimat.

PR *(public relations)* – se traduce, de obicei, ca „relaţii cu publicul".1. Disciplină teoretică şi aplicată ce studiază mecanismele de formare a unei imagini cu putere de atracţie a unui lider politic, partid, organ al puterii, firmă, marfă ş.a.2. Un complex de acţiuni concertate spre formarea unei

imagini seducătoare (sau dimpotrivă, respingătoare) a unui obiect social .

PR negre – ansamblu procedeelor ilegale în gestionarea unei campanii electorale. Include propagarea intenționată a zvonurilor, transmiterea voită a unei informații false prin intermediul mass-media, *interacțiunea subliminală* și *propaganda neagră.*

Primatul vizual – caracteristică a percepției umane care constă în faptul că informația vizuală este apreciată ca mult mai veridică decât informația obținută prin alte canale (auditive etc.) Pe această însușire este structurată iluzia caracteristică a mass-media eletronice: un cadru elaborat cu iscusință, chiar și unul montat, este perceput de spectator ca o observație (empirică) directă.

Profeție autorealizabilă – pronostic (de obicei, negativ) care a produs o impresie atât de profundă asupra unui individ sau grup încât în continuare oamenii contribuie prin acțiunile lor inconștiente la realizarea acestuia.

Promovarea – obiectiv al campaniei *publicitare (propagandistice)* care constă în prezentarea cât mai atractivă (pentru un auditoriu anume) a caracteristicilor avantajoase ale mărfii. În calitate de „marfă" poate apărea orice obiect, siglă a firmei, om politic, partid, ideologie ș.a. (cf. *Amplificarea*).

Propaganda – activitate sistematică de răspândire în societate a unor idei definite, doctrine, teze și programe de comportament. Termenul a fost inventat de biserica catolică (în 1622) în legătură cu activitatea de misionariat – răspândirea creștinismului printre popoarele „păgâne". Acesta e și motivul pentru care în țările din grupul limbilor romanice (Franța, Spania, Italia ș.a.) termenul nu comportă o nuanță negativă, aceasta fiind prezentă în țările din grupul de limbi germanice (Germania, Anglia, SUA ș.a.). În țările

respective, termenul se confundă deseori cu denaturarea intenționată a faptelor ș.a.m.d., prin analogie cu acțiunile Ministerului Propagandei condus de Goebbels.

Propaganda albă – un comunicat *propagandistic* cu indicarea sursei reale.

Propaganda cenușie – un comunicat *propagandistic* fără indicarea sursei sau cu indicarea unei surse imaginare.

Propaganda neagră – un comunicat *propagandistic* cu indicarea unei surse false.

Public – aici: *grup social,* convocat într-un spațiu definit pentru perceperea în comun a artei clasice, a unei conferințe etc. sau pentru analiza constructivă a unei probleme de real interes. P. se deosebește de *mulțimea convențională* prin mecanismul comportamental.

Publicitate – noțiune apropiată de propagandă, dar folosită mai des în cadrul obiectivelor comerciale, a *promovării mărfurilor,* mărcilor sau firmelor. Și fiindcă pot fi considerată drept „marfă" orice ideologie, program politic, partid, personaj concret etc., atunci și tehnologiile elaborate în cadrul campaniilor publicitare sunt aplicate pe larg de către *propaganda* politică.

Reacție circulantă – sinonim pentru *vertijul emoțional.*

Regresiunea evoluționistă – actualizarea straturilor filogenetic timpurii ale psihicului sub influența unei emoții puternice.

Statutul individual – poziția individului în structura legăturilor neformale; nivelul de respect și atenție din partea celor din jur.

Stereotip – imaginea inertă, extrem de generalizată, a unui anume subiect (de obicei, a unei anumite comunități sociale și a reprezentanților ei) care intermediază perceperea subiectului dat de către un individ sau un grup. Poate fi un subiect și acea comuniune de care aparțin purtătorii S. (autostereotip).

Stupoare – înțepenire, paralizie a voinței; se manifestă prin limitarea drastică (chiar până la blocarea completă) a activității musculare și a capacității de reflexie.

Transformabilitate – însușirea *mulțimii* de a evolua relativ ușor dintr-o categorie sau subcategorie în alta. Pe această însușire a mulțimii –transformabilitatea – se bazează procedeele fundamentale ale dirijării și manipulării *mulțimii.*

Vertij emoțional – contaminare reciprocă, transmiterea stării emoționale la nivelul psihofiziologic al contactului dintre organisme. Depășirea intensității optime a V.e. (v. *Fascinația)* duce la degradarea grupului în mulțime.

Zvon – transmiterea prin canalele *comunicării interpersonale* a informațiilor prezentate drept adevărate fără a exista posibilitatea de a li se verifica corectitudinea.

Zvon agresiv – una dintre categoriile *zvonului* în conformitate cu clasificarea expresivă. Reflectă sentimentul de ură față de o anumită comunitate (etnică, confesională, de castă) și în multe cazuri contribuie la formarea *mulțimii agresive.*

Zvonul-dorință – una dintre categoriile *zvonului* în conformitate cu clasificarea expresivă. Reflectă dispoziția și speranțele optimiste și conduce de multe ori la o inactivitate imperturbabilă; societatea afectată de euforie poate deveni în continuare victimă a demoralizării și *panicii.*

Zvon-sperietoare – una dintre categoriile *zvonului* în conformitate cu clasificarea expresivă. Reflectă emoția dominantă de teamă sau pesimism social și face să crească probabilitatea *panicii în masă.*

BIBLIOGRAFIE

Allport G.D., Postman L., The psychology of rumor. (Psihologia zvonului), N.Y. 1947.

Andreeva G.M., Soţialnaia psihologia (Psihologia socială). M., 2002.

Avercenko A.T., Spletnea (Minciuna); Britva v kisele (Lama din jeleu). M., 2000.

Asmolov A.G., Prezident po vîboru: modelirovanie jelaemovogo buduşcego (Un preşedinte la alegere: modelarea viitorului dorit). M., 2002.

Baker R., Understanding panic attacks and overcoming fear. Oxford, (Perceperea atacurilor de panică şi depăşirea fricii), 1995

Behterev V.M., Kolektivnaia refleksologia. V kn.: Behterev V.M., Izbrannîe rabotî po opbşcestvennoi psihologii (Reflexologia colectivă, în vol.Behterev V.M., Studii alese de psihologie socială). M., 1994.

Behterev V.M., Roli vnuşenia v obşcestvennoi jizni (Rolul sugestiei în viaţa publică); Gipnoz. Vnuşenie. Telepatia (Hipnoza. Sugestia. Telepatia) M., 1994.

Bettinghaus E., Persuasive communication. (Comunicarea persuasivă), N.Y., 1968.

Bezzubţev S.A., Sluhi, kotorîe rabotaiut na vas (Zvonurile care vă favorizează). SPb., 2003.

Boorstin D., The image, or what happened to the American dream. (Imaginea, sau ce s-a întâmplat cu visul american), N.Y., 1962.

Brown J.A.C., Techniques of persuasion. From propaganda to brainwashing. (Tehnici de persuasiune. De la propagandă la îndoctrinarea forţată), N.Y., 1975.

Bykal D.G., Psychology and medicine.Psychological dimensions of health and illness. (Psihologie şi medicină. Dimensiunile psihologice ale sănătăţii şi patologiei), N.Y., 1979.

Cijevski A.L., Fiziceskie faktorî istoriceskogo protessa (Factorii fizici ai procesului istoric). Kaluga, 1924; 1991.

Choocas M., Propaganda comes of age. (Propaganda în epocă), N.Y., 1965.

Davis J., Toward a theory of revolution. In: Studies in social movements.A social psychological perspective. (Spre o teorie a revoluției. În „Studii asupra mișcării sociale. Perspectivă social-psihologică"), N.Y. 1969.

Diligenski G.G., Soțialno-politiceskaia psihologia. (Psihologia social-politică). M., 1996.

Dmitriev A.V., Latînov V.V., Hlopiev A.T., Neformalnaia politiceskaia kommunicația (Comunicarea politică neformală). M., 1996.

Dmitriev A.V.,Toşcenko J.T., Obşcestvennoe mnenie v sisteme informaționno-psihologiceskoi bezopasnosti (Opinia publică în sistemul de securitate informațional-psihologică); M., 1996.

Freud S. Ich und Es. (Eul și sinele).

Gogol N.V., Mertvîe duși (Suflete moarte); Opere în 2 vol., vol.2. M., 1969.

Grigulevici I.R., Istoria inkviziții (13-20 vv.) (Istoria inchiziției sec. 13-20). M., 1970.

Gundarov I.A., Duhovnoe neblagopolucie i demograficeskaia katastrofa (Dezastrul spiritual și catastrofa demografică); Obşcestvennîe nauki i sovremennost (Științele sociale și contemporaneitatea). 2001, nr. 5.

Hlopiev A.T., Gruppovoe i massovoe soznanie v pole sluhov (Conștiința de grup și de masă în sfera zvonurilor); Problemî informaționno-psihologiceskoi bezopasnosti (Probleme de securitate informațional-psihologică). M., 1996.

Huggenbull A., Zloveşcee ociarovanie nasilia. Profilaktika detskoi agressivnosti i jestokosti i borba s nimi (Farmecul funest al violenței. Profilaxia agresivității și cruzimii infantile și lupta împotriva lor). SPb., 2000.

Le Bon G., Psihologia narodov i mass (Psihologia maselor). SPb., 1995.

Lenin V. I., Reci pri zakrîtii siezda 16 marta (Cuvântare la închiderea lucrărilor unui congres, 16 martie); Opere complete, ed. a 5-ea, vol. 43.

Lineburger P., Psihologiceskaia voina (Războiul psihologic). M.,1962.

Lorenz K., Agressia (tak nazîvaemoe „zlo") (Agresiunea „așa-zisul «rău»"). M., 1994.

Luria A.R., Ob istoriceskom razvitii poznavatelnîh proțessov (Despre evoluția istorică a proceselor de cunoaștere). M., 1974.

Maksimov A.A., „Cistîe" i „greaznîe" tehnologii vîborov (Tehnologii electorale „curate" și „murdare"). M.,1999.

McLuhan M., Understanding media. The extensions of man. (Înțelegerea mass-mediei. Expansiunea umană), Mc.Grow Hill,1964.

Meyerhoff A.E., The strategy of persuasion. The use of advertising skills in fighting cold war. (Strategia persuasiunii. Utilizarea aptitudinilor publicitare în lupta împotriva războiului rece), N.Y.,1965.

Mirtov Iu.N., Besporeadki na stadione: popîtki naucinogo podhoda k probleme (Haosul pe stadion: încercări de abordare științifică a problemei); Teoria i praktika fiziceskoi kulturî (Teoria și practica educației fizice), 1988, nr. 2.

Moskovici S., Vek tolp (Secolul gloatelor).M.,1996.

Nazaretean A.P., Agressia, morali i krizisî v razvitii mirovoi kulturî (Rolul agresiunii, moralei și crizelor în evoluția culturii universale).M.,1996.

Nazaretean A.P., Politiceskaia psihologia: predmet, conțeptualnîe osnovania, zadaci (Psihologia politică: obiect de studiu, fundamente conceptuale, probleme); Obșcestvennîe nauki i sovremennnost (Științele sociale și contemporaneitatea), 1998, nr.1.

Nazaretean A.P., Psihologia predkrizisnogo soţialnogo razvitia (Psihologia evoluţiei sociale în faza premergătoare crizei); Psihologiceskij jurnal (Revista de psihologie). 2000, vol. 21, nr. 1.

Nazaretean A.P., Soţialnîe stereotipî v informaţionno-smîslovoi sisteme licinosti (Stereotipuri sociale în sistemul logico-informaţional al personalităţii); Materiale ale simpozionului unional „Probleme actuale ale psihologiei sociale". Partea 1.Kostroma, 1986.

Nazaretean A.P., Ţivilizaţionnîe krizisî v kontekste universalnoi istorii (Sinergetika, psihologia i futurologia) (Crize civilizaţioniste în contextul istoriei universale) – (Sinergetica, psihologia şi futurologia). M., 2001.

O'Henry, Comedia curiozităţii.

Petrenko V.F., Osnovî psihosemantiki (Bazele psihosemanticii). M., 1997.

Petrenko V.F., Mitina O.V. ş.a., Psihosemanticeskij analiz ătniceskih stereotipov: liki tolerantnosti i neterpimosti (Analiza psihosemantică a stereotipurilor etnice: aspecte ale toleranţei şi intoleranţei). M., 2000.

Platonov K.K., Psihologia religii (Psihologia religiei). M., 1967.

Pliusnina A., Sluhi v banke. Stoit li borotsea? (Zvonurile bancare. Merită oare să le înfrunţi?); Bankovskoe delo v Moskve (Afaceri bancare din Moscova). 1998, nr. 8, (44).

Pranghişvili A.V., Soţialnaia psihologia paniki v svete poneatia ustanovki (Psihologia socială a panicii prin prisma perceperii atitudinii); Issledovania po psihologii ustanovki (Studii de psihologie a atitudinii). Tbilisi, 1967.

Revoliuţionnîi nevroz (Nevroza revoluţionară)/Antologie de A.K. Bokovikov. M., 1998.

Serafimovici A.S., Jeleznîi potok (Torentul de fier)// Biblioteka mirovoi literaturî dlea detei (Biblioteca de literatură universală pentru copii), vol. 26. M., 1979.

Simanski P.N., Panika v voinah (Panica în conflagraţii). M.; L., 1929.

Smelzer N.H., Theory of collective behavior. (Teoria comportamentului colectiv), N.Y., 1962.

Sorokin P.A., Dolgij puti (O cale lungă). Sîktîkvar, 1991.

Şarif Ia. M., Gazeta i derevnea (Ziarul şi satul). M.; L., 1924.

Şcerbatîh Iu.V., Psihologia straha.Populearnaia enţiclopedia (Psihologia fricii. Enciclopedia pentru toţi). M., 2001.

Şerkovin Iu.A., Psihologiceskie problemî massovîh informaţionnîh proţessov (Probleme psihologice ale proceselor informaţionale în masă).M.,1973.

Şerkovin Iu.A.,Nazaretean A.P., Sluhi kak soţialnoe iavlenie i kak orudie psihologiceskoi voinî (Zvonurile ca fenomen social şi ca armă a războiului psihologic); Psihologiceskij jurnal (Revista de psihologie).1984, vol.5, nr.5.

Şestopal E.B., Politiceskaia psihologia (Psihologia politică). Manual. M., 2002.

Toch M., Collective behavior: crowds and social movements. In: Handbook of social psychology. (Comportamentul colectiv: mulţimile şi mişcările sociale în „Manual de psihologie socială"), Vol.4. London, 1968-69.

Turner R.N., Killian L.M., Collective behavior. (Comportamentul colectiv), New Jersey, 1972.

Velder R., K voprosu o fenomene podsoznatelnoi agressivnosti.(Despre fenomenul agresivităţii subconştiente); Obşcestvennîe nauki i sovremennost (Ştiinţele sociale şi contemporaneitatea). 1993, nr. 3-4.

Wundt W., Zadaci i metodî psihologii narodov (Probleme şi metode ale psihologiei popoarelor). Crestomaţie. M., 1999.

Anexa 1

Program de studiu pentru cursul special „Psihologia comportamentului spontan în masă"

Notă explicativă

Cursul special poatre fi predat şi studiat integral suplimentar la cursurile de „Psihologie socială", „Psihologie politică" sau prescurtat în cadrul cursurilor menţionate. Respectivul curs li se adresează, cu modificările de rigoare, studenţilor de la facultăţile de psihologie, sociologie şi politologie, şi, de asemenea, celor care studiază ziaristica şi relaţiile cu publicul, cursanţilor de la Academia Rusă a administraţiei de stat de pe lângă Preşedintele Federaţiei Ruse şi filialelor acesteia, instituţiilor de învăţământ din cadrul Ministerului de Interne, a Serviciului Federal de Securitate şi Ministerului Apărării, firmelor de consultanţă şi pază.

În funcţie de natura contingentului, de interesele acestuia, de vârstă şi experienţă profesională dar şi de interesul şi experienţa profesorului pot varia accentele, volumul şi orarul cursurilor, caracterul materialului ilustrativ, orientarea şi conţinutul jocurilor practice. Acesta este un proiect mediu al programului care permite un diapazon larg de variaţiuni. Temele şi literatura recomandată au fost propuse anterior.

Obiectivele cursului:

• de a lua cunoştinţă de fenomenologia şi mecanismele comportamentului spontan în masă;

• constituirea unei competențe profesionale în domeniul consultării politico-psihologice, pregătirea și desfășurarea manifestațiilor de masă, organizarea activității în condiții extreme, gestionarea campaniilor electorale și publicitare;

• elaborarea unei atitudini conștiente față de acțiunile manipulative.

Tema 1. Comportamentul spontan în masă: noțiuni, fenomen social și obiect de studiu

Noțiunea de comportament spontan în masă: diferența dintre fenomenele de masă și formele organizate ale comportamentului social. Istoria studierii disciplinei în Europa Occidentală, Rusia și SUA. Cauzele ușurinței relative de manipulare a comportamentului spontan în masă.

Tema 2. Mulțimea și legitățile sale comportamentale

Noțiunea de mulțime. Mecanismele de constituire a mulțimii și scenariile evoluției sale. Diferența dintre reacția circulară și comunicarea semantică. Transformarea mulțimii. Procedee de dirijare și manipulare a mulțimii neorganizate.

Tema 3. Panica în masă: factori și mecanisme

Proveniența și semnificația contemporană a termenului. Panica individuală și cea în masă. Factorii apariției și mecanismele de evoluare a panicii în masă. Contracararea panicii: procedee de prevenire și procedee orientate spre anihilarea panicii declanșate.

Tema 4-5. Zvonurile percepute ca fenomen sociopsihologic și ca armă în lupta politică

Noțiunea de zvon. Istoria studierii și utilizării practice a zvonurilor în scopuri militar-politice, economice și ideologice. Clasificarea zvonurilor conform parametrilor expresiv și informațional. Tipuri de denaturare a subiectului în procesul de propagare. Factori fundamentali ai apariției

zvonurilor: modelul ecologico-sistemic. Factori concomitenţi de propagare a zvonurilor. Structurarea unui mediu rezistent la zvonuri. Procedee de lichidare operativă a unui zvon circulant.

Tema 6. Campanii publicitare, „tehnologii murdare" şi „PR negre"

Propaganda şi „echilibrul funcţional al adevărului". Diferenţele dintre promovarea unui proiect şi expertiza umanitară. Motive de participare la o campanie electorală. Componente ale „PR negre". Forme de interacţiune subliminală. Propaganda albă, cenuşie şi neagră. Popor – electorat – cetăţeni. Despre perspectivele de dezvoltare a tehnologiilor politico-psihologice în Rusia.

Planul de lucru la cursul „Psihologia comportamentului spontan în masă" (72 de ore).

	Denumirea temelor de studiu	Nr. de ore (în total)	Cursuri	Seminare	Jocuri practice	Atestarea la absolvirea cursului
1.	Comportament spontan în masă: noţiuni, fenomen social şi obiect de studiu	4	2	2		
2.	Mulţimea şi legităţile sale comportamentale	6	2	2	2	
3.	Panica în masă: factori şi mecanisme	6	2	2	2	
4-5.	Zvonurile percepute ca fenomen sociopsihologic şi ca armă în lupta politică	14	6	4	4	
6.	Campaniile publicitare, „tehnologiile murdare" şi „PR negre"	8	4	4		
	Forma de atestare					examen sau colocviu
	În total	36	16	14	8	

ANEXA 2[9].
PSIHOLOGIA POLITICĂ: OBIECT DE STUDIU, FUNDAMENTE CONCEPTUALE, PROBLEME

Extraordinar scriitor umorist și distins lider politic, Winston Churchill explica pe înțelesul tuturor esența măiestriei politice: *de a putea prezice din timp când, ce și cum se va întâmpla, iar ulterior, de a explica în mod temeinic de ce totul s-a întâmplat exact invers.*

Vom adăuga doar că prima parte a adagiului lui Churchill este „acoperită" de politologie, economia politică și sociologia politică pe când cea de-a doua – în general, de psihologia politică. De obicei, se apelează la psihologi atunci când s-au întâmplat surprize neplăcute și foarte rar atunci când aceste neplăceri puteau fi încă evitate. În cadrul discuției respective vom încerca să analizăm următoarea problemă: de ce pronosticurile și proiectele elaborate fără a se lua în calcul componenta psihologică produc de atâtea ori efectul de bumerang: toți vor să facă ceva cât mai bine, dar totul iese ca de obicei...

Lucrările politologilor autohtoni din anii '90 abundă de lamentări în spiritul sentinței lui Tiutcev: „Doar cu mintea nu poți înțelege Rusia..." Deși ni se mai propune un spectru larg de conotații – de la „custodie a spiritualității universale" până la „țara proștilor" –, pe teoreticienii de acest gen îi unește convingerea în capacitatea de a înțelege „cu mintea" America,

[9] Variantă prescurtată a lecției introductive la cursul de „Psihologie politică" ținut pentru cursanții Academiei Ruse a administrației de stat de pe lângă Președintele Federației Ruse și publicată în revista „Științele sociale și contemporaneitatea", 1998, nr.1.

Franța și Spania, China și Zimbabwe, dar nici în ruptul capului țara natală, unde nimic nu-i cum ar trebui să fie...

Dacă ții cu tot dinadinsul să-ți demonstrezi propria originalitate poți găsi cu ușurință o mulțime de exemple. Să aruncăm o privire asupra rezultatelor ciudate ale campaniilor propagandistice în masă. Când presa oficială, radioul și televiziunea l-au atacat în unison pe B.N. Elțin (la sfârșitul anilor '80) acesta a devenit, în pofida oricărei logici, idol național și câștigat cu brio alegerile din iunie 1991. Ulterior, țintа unor demascări intensive și a bășcăliei a devenit V.V. Jirinovski fapt ce a contribuit la succesul zgomotos al alegerilor din Dumă (în decembrie 1993). În decembrie 1995, cele mai multe locuri în Dumă le-au obținut reprezentanții Partidului Comunist din Federația Rusă: și aceștia fuseseră eroii unei ordinare hărțuieli televizate. Nu aceasta este oare dovada iraționalității ruse?

E adevărat că extraordinar de intensiva campanie mass-media pentru susținerea lui Elțin nu l-a împiedicat, ci dimpotrivă, l-a făcut să câștige, de asemenea, și alegerile din 1996, dar nici acest fapt nu a schimbat prea mult laitmotivul unor comentarii. În loc de nemaîntâlnitul spirit de contradicție a început să se vorbească despre conformismul de neimaginat, subiectul însă – „noi nu suntem ca alții" – s-a păstrat...

Printre altele, o problemă similară a fost analizată de publiciștii și savanții americani cu jumătate de secol în urmă, drept pretext servind victoria neașteptată a lui F. Roosevelt la alegerile prezidențiale din 1940.

În acea perioadă, printre politologii și sociologii americani se încetățenise părerea despre posibilitățile absolute ale mijloacelor de comunicare în masă de a manipula opinia publică.

Pe americani i-au impresionat puternic succesele obținute de ideologii comuniști în Uniunea Sovietică și de

cei fasciști în Germania. Unele mărturii ale dezinformării totale a cetățenilor din aceste țări au fost pur și simplu cutremurătoare: s-a clarificat, de exemplu, că prizonierii nemți considerau că New-York-ul era distrus de raidurile aviației și chiar văzând cu ochii lor zgârie-norii din metropolă nu au fost dezamăgiți de propaganda lui Goebbels, ci erau uimiți doar de spiritul de inițiativă al americanilor „care au reușit atât de repede să reconstruiască tot ce a fost devastat".

În ochii analiștilor americani, experiența Germaniei și a Rusiei demonstra cât se poate de convingător existența unei dependențe directe între frecvența de reluare a unei teze și impactul acesteia asupra opiniei publice. Reieșind din această concepție simplă și fiind la curent cu faptul că majoritatea ziarelor și posturilor de radio desfășoară o campanie activă împotriva realegerii lui Roosevelt pentru al treilea mandat, comentatorii i-au prezis de comun acord înfrângerea. Iată de ce victoria lui Roosevelt i-a pus pe mulți pe gânduri. Câte cineva a început să vorbească despre neordinaritatea americanilor (adică, nu pot fi înțeleși cu mintea...), iar alții – despre inutilitatea științei politice în genere. Cu toate acestea, evenimentul respectiv a declanșat un val de interes față de psihologia politică și a servit ca fundament pentru un șir de programe de cercetare care s-au soldat cu rezultate științifice remarcabile și, de asemenea, cu nume noi în cadrul acestui domeniu.

Atunci s-a și observat că atenția politologilor, a sociologilor și a economiștilor față de psihologie sporește, de obicei, în urma unui pronostic sau proiect eșuat și care dă în vileag faptul că mecanismul acțiunulor umane nu este întotdeauna accesibil unei „gândiri" liniare. Un ziarist și-a amintit chiar cu această ocazie de o observație ironică a lui A.P. Cehov: unii consideră că omul este un mecanism simplu, pe când în realitate acesta este un mecanism destul de complicat...

Din cele mai vechi timpuri politicienii, conducătorii de oşti, filozofii şi prorocii şi-au exprimat părerile despre fenomenele pe care astăzi le atribuim psihologiei politice. Dar abia la mijlocul secolului al XIX-lea s-au definitivat orientări ale unor cercetări sistematice. Sunt acele şcoli care se consideră şi fondatoare ale psihologiei sociale: orientarea franco-italiană a „psihologiei maselor"(G. Le Bon, Ch. Sighele, V. Pareto, G. Tarde) şi cea germană a „psihologiei popoarelor" (G. Schteintal, M. Lazarus, V. Wundt). Savanţii francezi şi italieni studiau fenomenele comportamentului stihinic în masă, mecanismele de contaminare şi imitare, motivele inconştiente ale acţiunilor sociale. Învăţaţii germani îşi concentraseră atenţia asupra particularităţilor cultural-psihologice ale diferitor etosuri, caracteristici ce se reflectau în limbaj, mitologii etc.

Orientări ştiinţifice aferente psihologiei politice s-au dezvoltat şi în Rusia în cea de-a doua jumătate a secolului al XIX-lea şi primele decenii ale secolului al XX-lea: teoria genurilor cultural-istorice (N.Ia. Danilevski), istoriografia animată (A.S. Lappo-Danilevski), sociologia subiectivă (M.P. Mihailovski), reflexologia colectivă (V.M. Behterev), heliopsihologia (A.L. Cijevski). Cercetările savanţilor menţionaţi au anticipat în mare măsură tendinţa de psihologizare a ştiinţei sociale şi conştientizarea de către aceasta a componentei sale umaniste.

La răscrucea celor două secole au fost editate volumele psihiatrului P. Kovalevski, care a alcătuit în mod profesionist, pe baza unor informaţii accesibile, portretele unor iluştri oameni de stat din trecut, şi cărţile lui K. Golovin, care a studiat, din punct de vedere psihologic, evenimentele politice contemporane lui.

Anii '20 şi începutul anilor '30 s-au remarcat, pe lângă cercetările menţionate deja ale lui Behterev şi Cijevski, şi prin publicarea extraordinar de originalelor studii despre

perceperea materialelor de presă (P.P. Blonski), a zvonurilor (Ia.M. Şarif) şi a diferenţelor culturale în cadrul percepţiei şi a reflexiei (A.R. Luria).

În a doua jumătate a anilor '30 astfel de lucrări au fost blocate pentru o lungă perioadă de timp. În genere, ştiinţele sociale au fost în mare măsură înlocuite de „materialismul istoric" stalinist şi tot ce a mai rămas din aceste ştiinţe – filozofia, istoria, economia politică – a fost subjugat unei cenzuri ideologice dure care nu a mai lăsat nici un loc pentru „exerciţiile psihologice".

În asemenea condiţii, în URSS, până la începutul anilor '70, cercetările care aveau cea mai îndepărtată tangenţă cu psihologia politică se realizau doar în cadrul pedagogiei (teoria colectivului etc.), pe când în străinătate, aceastã perioadă a fost marcată de un avânt al dezvoltării ştiinţei politico-psihologice. Reluate ulterior, lucrările de psihologie socială purtau aproape exclusiv un caracter secundar: critica filozofică a „ştiinţei burgheze" combinată cu împrumuturile de epigoni ale metodelor experimentale şi practice. Problematica politico-psihologică (deşi termenul rămăsese interzis) se studia nemijlocit doar în instituţiile cu profil închis şi, din câte ştiu, cercetările respective nu se evidenţiau prin originalitate metodologică sau metodică. În doar şase decenii, tradiţiile de pionierat ale psihologiei sociale şi politice autohtone au fost pierdute. A le regenera este de datoria tinerei generaţii de savanţi...

Psihologia politică alcătuieşte un câmp de cercetare unic, cu domenii de cercetare ştiinţifică cum ar fi, pe de o parte, psihologia generală, socială, istorică, etnică, economică şi politologia, sociologia, economia politică şi sociologia politică, pe de altă parte. Pentru a-i evidenţia, totuşi, obiectul specific de studiu în continuumul faptelor sociale este necesar să ne edificăm asupra noţiunilor de „politică" şi „activitate politică".

Politica reprezintă raportul dintre mari grupuri sociale (macrogrupuri): etnosuri, naţiuni, pături sociale, clase, comunităţi confesionale, partide, organizaţii de stat etc. Prin urmare, pot fi considerate **politice acele activităţi în care se realizează practic raporturi între grupuri formale sau neformale.** Astfel, sfera activităţii politice include o diversitate de evenimente sociale – de la încăierările de stradă şi până la războaie civile sau internaţionale şi de la participarea individuală în alegeri şi până la reglementarea unor conflicte la nivel de stat.

E de menţionat că atât explicaţia noţiunii de politică cât şi, respectiv, cea de activitate politică sunt structurate în conformitate cu paradigma mulţimilor difuze. Nu putem elabora în acest caz noţiuni mult mai stricte, acest lucru fiind imposibil din mai multe cauze. Înainte de toate, e foarte sociale treceau prin chinurile iadului străduindu-se să încastreze noile realităţi ale Occidentului în procustianul pat al modelelor teoretice care preziceau o polarizare continuă, „ un antagonism în creştere dintre muncitori şi capitalişti" şi constatau cu groază că nu mai mult de o treime din cei pe care ei îi includeau în „clasa muncitoare" sunt de acord să se considere muncitori. La sfârşitul anilor '80, separarea societăţii occidentale în proletari şi capitalişti rămânea doar apanajul revoluţionarilor celor mai tari de cap: dispoziţiile proletare ale trecutului au fost înlocuite forţat de autoidentificarea incertă şi pasivă cu „clasa de mijloc".

Istoria şi contemporaneitatea ne dezvăluie o mulţime de exemple din care aflăm cum metamorfoze de acest gen s-au petrecut cu comunităţi etnice, teritoriale, lingvistice, confesionale şi de altă natură, manifestându-se pregnant în viaţa publică. Pe de o parte, grupurile convenţionale contaminându-se de conştiinţa generală se transformă de nulte ori într-un impresionant factor politic; grupuri relativ restrânse dar active de „revoluţionari conştienţi", de

„intelectuali ai naţiunii" şi alţi „ reprezentanţi ai intereselor" dau un puternic impuls constituirii comunităţilor care se autoidentifică. Pe de altă parte, subiecţii politici ai maselor dispar cu timpul, distrugându-se sau (şi) inoculându-se în conştiinţa altor grupuri sociale.

Sunt, de asemenea, destul de slab conturate şi graniţele dintre acţiunile politice şi non-politice în planul conţinutului şi în cel al intenţiei (al nivelului de premeditare). Să zicem, de exemplu, că o ceartă conjugală nu are nimic în comun cu politica atât timp cât învinuirile reciproce rămân în cadrul conflictului sau ofensele „abstracte" vizează numai diferenţe individuale sau ale unor grupuri restrânse („grăsan", „slăbănog", „piticanie", „beţivan", „tot neamul vostru e aşa..."). Când însă adversarii se percep reciproc ca reprezentanţi ai diferitor macrogrupuri iar dominante sunt apelativele ce vizează naţionalitatea, diferenţele de rasă, pătură socială sau confesiune, atunci evenimentele dobândesc o nuanţă politică şi, în anumite circumstanţe, sunt în stare să se desfăşoare după un scenariu corespunzător.

Voi prezenta o notiţă publicată relativ recent într-un ziar care apare într-un oraş din regiunea Volgăi: „ La secţia raională de miliţie a fost adus cetăţeanul Boiko A.M., fiind învinuit de scandal public. Într-un autobuz de cursă, acesta l-a lovit cu pumnul pe cetăţeanul Şelman N.P. zicându-i **mutră jidovească,** a dat cu piciorul în cetăţeanul Kareakin S.I. numindu-l **bot de rus**, iar cu celălalt picior l-a lovit pe cetăţeanul Habibulin R.H., numindu-l şi pe acesta **rât tătăresc.** Fiind luat la întrebări, cel reţinut a explicat că nu a vrut să ofenseze pe nimeni, dar era foarte supărat că cineva îl făcuse „hahol"[10].

Respectivul articol ar fi fost amuzant dacă nu ar fi atât de trist. Judecând după circumstanţe, în cazul dat, consecinţele incidentului s-au limitat doar la câteva traume

[10] Poreclă fără conotaţii depreciative dată ucrainenilor – *n.tr.*

fizice nu prea serioase a unor tovarăşi de pahar (numele lor au fost desigur schimbate). Avem de-a face însă cu manifestarea cea mai banală a unor intenţii politice ascunse, păstrarea cărora, în anumite situaţii, este în stare să se soldeze cu cele mai neplăcute evenimente.

Delimitând, în limita posibilităţilor, domeniul de studiu al „activităţii politice", definim **psihologia politică** ca pe o disciplină de joncţiune care studiază **motivarea activităţii politice.**

Noţiunea de motivare este necesară şi suficientă pentru definirea obiectului de studiu al ştiinţei respective căci este echivalentul psihologic al categoriei general-ştiinţifice a cauzalităţii şi aici, ca într-o depresiune, se concentrează toate celelalte concepte cu care operează psihologia. Pentru a înţelege motivaţiile comportamentale trebuie stabilit cum percepe subiectul respectiv (un individ sau un grup) lumea şi pe sine în cadrul acestei lumi, cum structurează lăuntric situaţia dată, care sunt necesităţile lui, valorile şi obiectivele, particularităţile de percepţie, de gândire şi ale tulburărilor emoţionale (inclusiv starea emoţională actuală) şi multe altele. Sintetizând acest material, psihologul explică evenimentele întâmplate, face un pronostic şi elaborează procedeele de dirijare a conştiinţei şi comportamentului.

Atât de popularul în prezent termen de „conştiinţă politică", uzitat uneori la definirea obiectului de studiu, nu este chiar corect din cauza polivalenţei noţiunii „conştiinţă". Aceasta este acceptată în cel puţin trei îmbinări care se deosebesc substanţial: conştiinţă filozofică (conştiinţă – existenţă), conştiinţă sociologică (conştiinciozitate – spontaneitate) şi conştiinţă psihologică (conştient – inconştient; ceea ce poate fi conştientizat – ceea ce nu poate fi conştientizat); de multe ori, folosirea acestui termen în diverse accepţiuni produce confuzie. Pentru un psiholog prezintă interes prioritar

straturile realității subiective supuse reflecției puțin sau chiar deloc și, de asemenea, motivațiile intenționat tăinuite. Anume depistarea acestora asigură caracterul pertinent și, respectiv, productivitatea cercetării psihologice.

Fundamentele conceptuale ale psihologiei politice și locul acesteia în sistemul științific este definit de faptul că motivațiile acțiunilor umane, în general, și ale celor politice, în speță, nu sunt condiționate direct de circumstanțele exterioare, dar întotdeauna de perceperea acestora prin prisma unor obiective, valori și norme, șlefuite de experiența culturală, a unor speranțe nuanțate emoțional, a modelelor și atitudinilor. Altfel spus, omul este întotdeauna subiectiv în viziunea sa asupra lumii, și dacă nu luăm în considerație acest aspect, nici un eveniment social (constituit din ansamblu acțiunilor umane concertate) nu va putea fi înțeles esențial și cu atât mai mult anticipat sau supus unei reglementări conștiente.

Deși această sinteză metodologică numită principiul unității de acțiune și conștiință nu este, teoretic, pusă la îndoială de nimeni, ea este deseori ignorată. Studiile de psihologie cognitivă (G. Kelly) au arătat că subiectul „naiv", neîmpovărat de experiența reflexiei psihologice, este înclinat să creadă că propriile percepții și acțiuni sunt cele firești și unic raționale în circumstanțele date și detectează prezența „psihicului" la alt individ doar atunci când acela reacționează la o situație în mod neobișnuit din punctul de vedere al observatorului. De foarte multe ori, acest lucru se întâmplă la contactul dintre reprezentanții diferitor culturi sau epoci istorice („șocul cultural").

La un specialist în științe sociale, naivitatea se manifestă în tendința involuntară de a extrapola propriile scheme mentale, considerându-le drept constante general-umane, lipsindu-se astfel de originalitate nu numai pe sine, ci și realitatea studiată. Să reținem că modelele retrospec-

tive „fără psihologie" (atunci când acțiunile oamenilor sunt prezentate ca reacții nemijlocite la circumstanțele exterioare) pot arăta cât se poate de veridic.[11]

Încercările de a structura în aceeași cheie pronosticuri sociale și cu atât mai mult proiecte s-au dovedit a fi păguboase: oamenii nu se mai comportă așa cum ne-am aștepta s-o facă, dau faliment proiecte economice impecabile din punct de vedere logic, argumente evidente sunt respinse de mase etc.

În contextul dat, e caracteristică tendința ostentativă a multor analiști de a explica aproape toate evenimentele politice prin jocul intereselor economice. Uitând că politica este expresia concentrată a economiei și ignorând chiar și factori banali precum ar fi prostia omenească și incompetența profesională, aceștia ne prezintă subiecții în acțiune încadrați în paradigma „omului economic", iar eșecurile răsunătoare din politică și din economie sunt reduse la uneltirile înverșunate ale unor indivizi șmecheri și mercantili.

Pentru a ne convinge de falsitatea unei astfel de scheme explicative e de ajuns să aruncăm o privire asupra istoriei Rusiei din secolul al XX-lea; vom descoperi acolo (ca, de altfel, și în istoria oricărei țări, pentru o lungă perioadă de timp) o mulțime de evenimente politice care nu pot fi explicate prin prisma intereselor economice reale. Cele mai dramatice exemple sunt Revoluția Socialistă din Octombrie (1917) și destrămarea Uniunii Sovietice, în 1991. E grăitor faptul că, de fiecare dată, acțiunile distructive erau raționalizate de mituri cvasieconomice care arătau

[11] Cu toate acestea, istoricii de factură modernă nu mai consideră suficiente astfel de modele tinzând, după expresia savantului francez M. Bloch, „să vadă oameni" în spatele documentelor anoste. Aceasta este una din manifestările procesului general de psihologizare și antropocentrizare a științei postneaclasice, care a cuprins atât științele sociale cât și cele naturale.

convingător în ochii contemporanilor şi camuflau cât se poate de bine motivele adevărate, ascunse intenţionat sau, de multe ori, neconştientizate.

Astfel, pe la finele anilor '80, aproape în fiecare republică şi chiar regiune se găseau deştepţi care demonstrau cu cifre în regulă teze de tipul: noi avem petrol (bumbac, aur, staţiuni balneoclimaterice, popor muncitor ş.a.), dar suntem furaţi ca-n codru, când însă vom fi independenţi vom trăi ca cei din Kuweit (Elveţia, Danemarca...). Pe de altă parte, ideologii Uniunii Sovietice afirmau că totul nu-i decât o furtună într-un pahar cu apă, că nici o republică nu se va putea desprinde dintr-un sistem economic unic, căci producţia ei nu va putea concura cu cea de pe piaţa străină. În fine, Uniunea s-a destrămat, de bine de rău toţi supravieţuiesc, dar la orizont nu se întrevede nici un Kuweit şi nici o Elveţie (altele decât cele pe care le cunoaşteţi)...

Toate cele afirmate nu exclud, bineînţeles, influenţa factorilor economici asupra proceselor politice. În primul rând, astfel de influenţe sunt dificil de mediat şi de aceea sunt ambigue ca şi conţinut şi, în al doilea rând, din punct de vedere istoric, au o forţă labilă. Într-un sistem social temeinic, de tip modern, se pot pronostica mai mult sau mai puţin reuşit derulările evenimentelor politice limitându-ne la coraportul dintre interesele economice şi tradiţiile culturale şi luând drept constantă factorii psihologici propriu-zişi. Acest lucru se poate realiza doar atât timp cât statul trece printr-o perioadă relativ calmă de dezvoltare. O dată cu apropierea sistemului de starea de instabilitate (criză) creşte rolul factorilor psihologici şi procedeele clasice de pronosticare devin contraproductive. Realităţile economice se mitologizează iar miturile sociale capătă un conţinut economic.

Coraportul real dintre factorii economici, politici şi psihologici în dezvoltarea proceselor psihologice sunt

ilustrate de studiile clasice ale psihologului american G. Davis (vezi lecţia 2).

În anii '70, autorul acestor rânduri împreună cu cursanţii străini de la Institutul de ştiinţe sociale de pe lângă CC al PCUS au efectuat o serie de cercetări pentru o verificare suplimentară a concluziilor lui Davis în baza materialelor de istorie a Rusiei şi a altor ţări şi ne-am convins de înalta credibilitate a modelului.

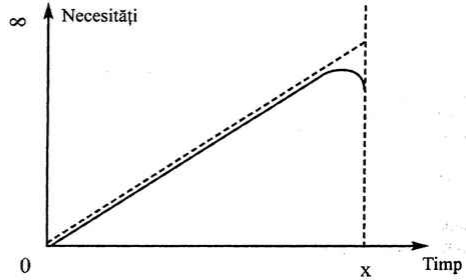


Fig. 22. Dinamica satisfacerii necesităţilor şi situaţia revoluţionară (după G. Davis). Linia continuă reprezintă dinamica satisfacerii necesităţilor (nivelul economic, libertăţile politice etc.). Linia punctată – dinamica speranţelor. Punctul X pe axa orizontală reprezintă momentul de intensificare a tensiunilor care se pot solda cu o explozie socială. (Explozia se poate declanşa sau nu, în funcţie de un şir de factori „subiectivi.)

Astfel, pe parcursul secolului al XIX-lea, nivelul economic al vieţii, cuantumul libertăţilor şi oportunităţilor sociale ale ţărănimii ruse au crescut constant. În consecinţă, ţăranii care la începutul secolului nici nu se gândeau măcar la schimbarea statutului de iobag au ajuns să fie tot mai puţin satisfăcuţi de starea lor de aservire.

Reformele economice și politice progresive continuau, deși cu anumite dificultăți. La începutul secolului al XX-lea, Rusia era țara cu cea mai dinamică dezvoltare din lume. Anume Rusia, conform expresiei antologice a lui V.I. Lenin, s-a dovedit a fi „cea mai slabă verigă în lanțul statelor imperialiste". Pierderea războiului cu Japonia în 1905, desfășurarea defectuoasă a Războiului Mondial din 1914-1917 și dificultățile legate de acesta din economie și alte sfere ale vieții au generat stări de decepție în rândul maselor. Stările de nemulțumire erau speculate și amplificate de fiecare dată de grupuri bine organizate de revoluționari profesioniști care îmbinau de mult timp propaganda și agitația cu teroarea fizică împotriva celor mai eficienți politicieni de orientare conservatoare și reformistă. Guvernul slăbit și debusolat al țării, în frunte cu un monarh mediocru, nu a mai fost capabil să găsească soluții care să zădărnicească cele trei revoluții devastatoare...

Studierea situațiilor de criză ne demonstrează cu cât importanța contextului psihologic este în stare să surclaseze importanța circumstanțelor economice și de altă natură. Acestea din urmă sunt percepute prin prisma așteptărilor neonorate. Frustrarea generează stări emotive care sunt amplificate de mecanismul rezonanței emoționale (contaminarea) și, la rândul lor, fac mai plat modelul lumii și mai primitivă gândirea și activitatea (o dependență analogică a fost observată de psihologi și în experimentele de laborator). Aprovizionarea defectuoasă a alimentarelor este percepută ca „foamete" iar încercările organelor abilitate de a restabili ordinea pe străzi – ca represalii insuportabile. Modelul plat și nuanțat emoțional al situației se orientează spre găsirea celor mai simple soluții și a unor lideri energici, oamenii se lasă mințiți și cad cu plăcere în plasa agitatorilor mai mult sau mai puțin conștiincioși.

De altfel, sunt banalizate radical nu numai modelele prezentului și a viitorului ci chiar și cele ale trecutului. În

conştiinţa comună se manifestă cu claritate un fenomen numit aberaţie retrospectivă: amintirile nuanţate în tonurile întunecate ale dispoziţiilor actuale ne evocă un trecut ca un lanţ interminabil de greutăţi şi înjosiri, adică, într-un anumit sens, „totu-i exact aşa, numai că invers". Şi apoi, ca o decepţie inevitabilă, ne cuprinde nostalgia. Cronicarii şi istoricii, mai cu seamă cei angajaţi de revoluţie, fixează cu preponderenţă zvonurile, bancurile şi amintirile în apogeul activităţii revoluţionare, de unde şi sorgintea concluziilor despre sărăcia lucie şi represalii văzute ca şi cauze ale exploziei sociale...

Studierea mecanismelor, legităţilor şi particularităţilor specifice ale motivaţiei politice contribuie nu numai la perfecţionarea analizei istorice a situaţiilor de criză. Sarcina **explicativă** a psihologiei politice este completată şi de alte sarcini: de **pronosticare,** de **proiectare, instrumentală şi educativă.**

Din toate cele spuse reiese că psihologia politică ne ajută:

- să înţelegem mai bine cauzele evenimentelor din trecut şi să tragem din acestea învăţămintele necesare;
- să pronosticăm evenimentele viitoare şi să evaluăm probabilităţile relative ale acestora;
- să elaborăm proiecte sociale realiste;
- să elaborăm un instrumentariu pentru o influenţare eficientă a gândirii şi comportamentului oamenilor;
- să educăm la cetăţeni capacitatea şi disponibilitatea pentru o rezistenţă conştientă faţă de manipulaţiile politice.

Materialul expus aici va fi ilustrat prin exemple concrete la studierea unor teme concrete din cadrul cursului. Vom analiza şi modul cum raţionamente false despre motivaţia umană, materializate în soluţii politice, generează efecte disfuncţionale cum manipularea cinică a conştiinţei, asigurând rezultatul tactic scontat de politician, se soldează ulterior cu înfrângeri de proporţii, şi cum cunoaşterea procedeelor de manipulare îl ajută pe individ să-şi păstreze autocontrolul.

M-am străduit să demonstrez, de asemenea, că tehnologia acțiunii politice este într-un fel sau altul conjugată cu componenta morală a relațiilor umane, care într-un șir de cazuri este decisivă chiar și dintr-un punct de vedere strict pragmatic. Iată de ce cursul de psihologie politică propus este structurat astfel încât relatarea despre tehnologiile politice să fie anticipată și însoțită de analiza unei probleme complexe: „Politică, psihologie și morală".

BIBLIOTECA V.A. URECHIA GALAȚI

Cuprins

Introducere / 5
Lecţia 1. Comportamentul spontan în masă: concept, fenomen social şi obiect de studiu / 7
Teme pentru lecţia 1 / 19
Literatură suplimentară / 19
Lecţia 2. Mulţimea şi legităţile sale comportamentale / 22
Noţiunea de mulţime.
Mecanismele de comportare ale mulţimii / 22
Reacţia circulară şi comunicarea / 25
Categoriile mulţimii / 33
Caracteristica fundamentală a mulţimii / 45
Procedee de dirijare şi manipulare / 50
Teme pentru lecţia 2 / 65
Literatură suplimentară / 65
Lecţia 3. Panica în masă: factori şi mecanisme / 67
Panica individuală şi în masă / 67
Factorii declanşării panicii în masă / 72
Mecanismele de dezvoltare ale panicii / 78
Prevenirea şi lichidarea panicii în masă / 82
Teme pentru lecţia 3 / 95
Literatură suplimentară / 95
Lecţiile 4-5. Zvonurile percepute ca fenomen sociopsihologic şi ca armă de luptă politică / 97
Fenomenul zvonurilor şi studierea sa / 97
Clasificarea zvonurilor / 104
Distorsionările în cadrul procesului de circulaţie a zvonului / 121

FACTORII FUNDAMENTALI ŞI COLATERALI AI APARIŢIEI ZVONULUI /123
MEDIUL REZISTENT LA ZVONURI: PROFILAXIA
ŞI ANIHILAREA OPERATIVĂ A ZVONURILOR / 132
TEME PENTRU LECŢIILE 4-5 / 156
LITERATURĂ SUPLIMENTARĂ / 157
LECŢIA 6. CAMPANIILE PUBLICITARE, „TEHNOLOGIILE MURDARE" ŞI „BLACK PR" / 159
TEME PENTRU LECŢIA 6 / 176
LITERATURA RECOMANDATĂ / 177
DICŢIONAR TERMINOLOGIC / 178
BIBLIOGRAFIE / 189
ANEXA 1. PROGRAM DE STUDIU PENTRU CURSUL SPECIAL / 194
„PSIHOLOGIA COMPORTAMENTULUI SPONTAN ÎN MASĂ" / 194
ANEXA 2. PSIHOLOGIA POLITICĂ: OBIECT DE STUDIU, FUNDAMENTE CONCEPTUALE, PROBLEME / 197